



**PERANCANGAN BUKU WISATA SEDATI DENGAN TEKNIK  
FOTOGRAFI SEBAGAI UPAYA DESTINASI WISATA  
SIDOARJO**

**TUGAS AKHIR**

**Program Studi  
S1 Desain Komunikasi Visual**

**Oleh :**

**WINDY VIRMADIKA**

**12420100025**

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA  
2017**

**PERANCANGAN BUKU WISATA SEDATI DENGAN TEKNIK  
FOTOGRAFI SEBAGI UPAYA DESTINASI WISATA SIDOARJO**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual

**Disusun Oleh :**

**Nama : WINDY VIRMADIKHA**  
**NIM : 12420100025**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2017**

**Tugas Akhir**

**PERANCANGAN BUKU WISATA SEDATI DENGAN TEKNIK  
FOTOGRAFI SEBAGAI UPAYA DESTINASI WISATA SIDOARJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Windy Virmadika**

**NIM : 12.42010.0025**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 2 Februari 2017

**Susunan Dewan Pembahas**

Pembimbing

I. **Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS**  
**NIDN. 0711086702**

II. **Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom.ACA**  
**NIDN. 0725078203**

Pembahas

I. **Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom.ACA**  
**NIDN. 0716127501**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan



Untuk memperoleh gelar sarjana  
FAKULTAS TEKNOLOGI  
DAN INFORMATIKA

**stikom**  
SURABAYA

**Dr. Jusak**

**Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**SURAT PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Windy Virmadika  
NIM : 12.42010.0025  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya : **PERANCANGAN BUKU WISATA SEDATI  
DENGAN TEKNIK FOTOGRAFI SEBAGAI  
UPAYA DESTINASI WISATA SIDOARJO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya

3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Februari 2017



Windy Virmadika

NIM : 12.42010.0025

## MOTTO



***“Kecerdasan Bukanlah Tolak Ukur Kesuksesan, Tetapi Dengan Menjadi  
Cerdas Kita Bisa Menggapai Kesuksesan.”***

**stikom**  
SURABAYA

## PERSEMBAHAN

*Saya persembahkan untuk Subodo dan Mima Handayani selaku orangtua,  
Arlam Fandriansyah dan Devano Januardha selaku adik, Hardman Budiardjo  
dan Abdullah Khoir Riqqoh selaku dosen pembimbing, serta Darwin Yuwono  
Riyanto selaku dosen pembahas dan teman-teman juga sahabat yang telah  
mendukung dan membantu dalam menyelesaikan karya ini*



## **ABSTRAK**

stikom  
SURABAYA



## ABSTRAK

Sedati merupakan sebuah kecamatan di kabupaten Sidoarjo yang terletak di wilayah pesisir yang memiliki sumberdaya perairan di bidang perikanan tangkap dan tambak untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Kecamatan Sedati merupakan salah satu wilayah yang memiliki cukup banyak potensi wisata yang beragam diantaranya adalah wisata buatan, wisata kuliner, wisata religi, wisata edukasi dan wisata belanja. Namun keberadaan semua potensi wisata tersebut belum dikenal oleh wisatawan kecuali wisata pemancingannya yang sudah dikenal oleh banyak wisatawan sampai ke luar kota. Oleh karena itu, untuk menunjukkan potensi wisata yang dimiliki Sedati perlu adanya media yang bisa memberikan informasi tentang keberadaan potensi wisata Sedati, sehingga dengan adanya media tersebut dan informasi yang lengkap potensi wisata bisa dikenal oleh masyarakat dan wisatawan bisa berkunjung ke tempat wisata tersebut, media yang tepat untuk menunjukan potensi yang dimiliki Sedati yaitu dengan cara merancang buku wisata Sedati.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, literature, studi eksisting serta pengumpulan data-data tentang potensi yang dimiliki Sedati hingga menemukan konsep yang sesuai dengan karakter potensi wisata Sedati. Konsep yang digunakan dalam perancangan buku wisata Sedati ini adalah “*Delight*” atau menyenangkan, konsep “*Delight*” memiliki arti bahwa wisata yang terletak di Sedati dapat memberikan kesenangan, kenyamanan dan keceriaan. Konsep akan diaplikasikan pada setiap perancangan yang meliputi buku dan media pendukung.

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam merancang buku dan media pendukung potensi wisata Sedati ini adalah untuk mengenalkan potensi yang dimiliki Sedati ke masyarakat dan untuk menjadikan buku referensi bagi wisatawan yang akan berwisata ke Sidoarjo.

Hasil dari perancangan buku wisata Sedati ini adalah sebagai upaya mengenalkan potensi yang dimiliki Sedati dan menjadikan buku wisata Sedati sebagai referensi wisatawan.

**Kata Kunci:** *Perancangan, Wisata, Pariwisata, Sedati, Potensi, Delight.*



# **KATA PENGANTAR**

stikom  
SURABAYA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Destinasi Wisata Sidoarjo” ini dapat diselesaikan. Laporan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya. Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Subodo dan Mima Handayani yang selalu orangtua yang memberikan do’a serta semangat untuk menyelesaikan perkuliahan khususnya dalam pembuatan laporan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
3. Siwo Martono, S.Kom.,M.M selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
4. Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom.,MOS selaku pembimbing satu serta Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom. selaku Dosen pembimbing dua.
5. Teman-teman seperjuangan Ika Alfathan, Oni Nur Hafizhuddin, Rizal Afriansyah, Zaenal Fanani, Rendy Bramestian Yekti P, Agung Gumelar

Ansori, Juke Andiya F dkk yang telah memberikan bantuan serta dukungan selama penelitian berlangsung.

6. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut berperan serta membantu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 2 Februari 2017

Peneliti





## **DAFTAR ISI**

stikom  
SURABAYA

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Perancangan .....	6
 <b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Sidoarjo .....	9
2.3 Desain .....	16
2.4 Buku.....	19
2.5 Unsur-Unsur Dalam Buku .....	20

2.6 Cara Membuat Buku.....	21
2.7 <i>Layout</i> .....	25
2.8 Teori Tipografi .....	30
2.9 Teori Warna.....	34
2.10 Pariwisata.....	42
2.11 Pengertian Fotografi .....	46

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Perancangan Penelitian .....	51
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.3 Teknik Analisis Data .....	55

### **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Hasil dan Analisis Data .....	56
4.2 Analisa STP.....	69
4.3 <i>Unique Selling Proposition</i> (USP) .....	71
4.4 Analisis SWOT .....	71
4.5 <i>Keyword</i> .....	74
4.6 Deskripsi Konsep .....	78
4.7 Alur Perancangan Karya .....	79
4.8 Perancangan Kreatif .....	80
4.9 Perancangan Karya.....	90
4.10 Sistem Produksi Buku .....	96

4.11 Implementasi Karya .....	102
4.12 Media Pendukung.....	106

## **BAB V     PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	110
5.2 Saran .....	110

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
-----------------------------	------------

**BIODATA**

**LAMPIRAN**





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lokasi Pemancingan Gemilang <i>Fishing</i> .....	11
Gambar 2.2 Aktivitas Nelayan Pulang Dari Mencari Ikan .....	12
Gambar 2.3 Candi Tawang Alun .....	13
Gambar 2.4 Tipografi .....	23
Gambar 2.5 Contoh Huruf <i>Goudy Oldstyle</i> .....	31
Gambar 2.6 Contoh Huruf <i>Bodoni MT</i> .....	32
Gambar 2.7 Contoh Huruf <i>Rockwell</i> .....	32
Gambar 2.8 Contoh Huruf <i>Arial</i> .....	33
Gambar 2.9 Lingkaran Warna <i>Addictive &amp; Subtractive</i> .....	35
Gambar 2.10 Lingkaran Warna <i>Primer</i> .....	37
Gambar 2.11 Lingkaran Warna <i>Sekunder</i> .....	38
Gambar 2.12 Lingkaran Warna <i>Intermediated</i> .....	39
Gambar 2.13 Lingkaran Warna <i>Tersier dan Kuarter</i> .....	40
Gambar 2.14 Lingkaran Warna ( <i>The Color Whell</i> ) .....	42
Gambar 4.1 Pelelangan Ikan Bandeng di Sidoarjo .....	58
Gambar 4.2 Suasana Pemancingan di Sedati .....	59
Gambar 4.3 Tempat Pelelangan Ikan Baru .....	60
Gambar 4.4 Candi Tawang Alun .....	60
Gambar 4.5 Petilasan Dewi Nyai Roro Arum Sari .....	61
Gambar 4.6 Makan Buyut Mas'ajeng Dewi Reni Sekardadu .....	61
Gambar 4.7 Masjid Darussalam.....	62

Gambar 4.8 Suasana Depan Resto Anda.....	62
Gambar 4.9 Proses Pembuatan Telur Asin .....	63
Gambar 4.10 Tempat Pelelangan Ikan Lama .....	63
Gambar 4.11 Brosur yang Pernah dibuat oleh Dinas Pariwisata .....	65
Gambar 4.12 Cover Depan Belakang Buku Desa Wisata Borobudur .....	66
Gambar 4.13 Tampilan Pembatas Andata Desa Satu Dengan yang Lain .....	67
Gambar 4.14 Tampilan Isi Salah Satu Wisata Desa Borobudur .....	67
Gambar 4.15 Tampilan Maps Lokasi Wisata Desa Borobudur .....	68
Gambar 4.16 Proses Mencari <i>Keyword</i> (Buku Wisata Sedati) .....	75
Gambar 4.17 Alur Perancangan Karya .....	79
Gambar 4.18 Warna <i>Primer</i> Terpilih.....	85
Gambar 4.19 <i>Typeface</i> Bunya.....	86
Gambar 4.20 <i>Typeface</i> Pacifico .....	86
Gambar 4.21 <i>Typeface</i> Arctik.....	87
Gambar 4.22 Sketsa Alternatif Cover Buku .....	90
Gambar 4.23 Sketsa Alternatif <i>Layout</i> Isi Buku .....	91
Gambar 4.24 Sketsa <i>Maps</i> Sedati.....	92
Gambar 4.25 Sketsa Alternatif X-Banner .....	93
Gambar 4.26 Sketsa Alternatif Poster .....	94
Gambar 4.27 Sketsa <i>Merchandise</i> .....	95
Gambar 4.28 Desain Cover Depan dan Belakang.....	102
Gambar 4.29 Desain Halaman Isi Buku Kiri dan Kanan .....	104
Gambar 4.30 Desain X-Banner .....	106

Gambar 4.31 Desain Poster.....	107
Gambar 4.32 Desain <i>Notebook</i> dan Pin .....	108
Gambar 4.33 Desain Stiker dan Gantungan Kunci .....	108
Gambar 4.34 Pembatas Buku.....	109



## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 4.1 Analisis SWOT (Buku Wisata Sedati).....	73
---	----





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

stikom  
SURABAYA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini mengambil judul perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai destinasi wisata sidoarjo. Penelitian ini sudah pernah dilakukan oleh Dwinata Puspasari pada tahun 2010 dengan judul penciptaan buku panduan wisata religi Islam dengan pendekatan kearifan lokal budaya sebagai destinasi pariwisata kota Surabaya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dwinata Puspasari membahas tentang wisata religi Islam yang ada di Surabaya, sedangkan dipenelitian saya akan membahas tentang wisata ada di desa Sedati daerah Sidoarjo. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan wisata yang ada di kecamatan Sedati sebagaimana sesuai hasil wawancara kecamatan Sedati memiliki cukup banyak potensi wisata namun hanya wisata pancing saja yang terkenal.

Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak sekali desa wisata yang dapat menjadi referensi wisatawan masyarakat Sidoarjo maupun masyarakat luar Sidoarjo. Kabupaten Sidoarjo sampai memiliki desa wisata yang menjadi unggulan Sidoarjo diantaranya adalah desa Wisata Batik Jetis, desa Wisata Krupuk, desa Wisata Jajanan, desa Wisata Sepatu, dan lain sebagainya. Selain desa wisata tersebut ada juga tempat wisata yang sangat terkenal di kabupaten Sidoarjo dimana wisata tersebut terkenal dengan pemancingannya, wisata tersebut terdapat di kecamatan Sedati yang terletak di daerah pesisir. Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam

suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993:2-3).

Kecamatan Sedati merupakan wilayah yang memiliki cukup banyak tempat wisata yang belum banyak dikenal wisatawan selain tempat pemancingannya. Karena merupakan wilayah pesisir, Sedati memiliki potensi sumberdaya perairan dibidang perikanan tangkap dan perikanan tambak. Pengembangan pemanfaatan potensi sumberdaya perairan pantai diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, dengan meningkatkan peran serta partisipasi masyarakat. Menurut hasil wawancara yang saya lakukan dengan bapak Karsianto selaku pengelola salah satu tambak di Sedati mengatakan bahwa Sedati memiliki wisata pemancingan yang cukup banyak dan hampir semua wisata pancing di Sedati memiliki hasil pancing ikan bandeng, tetapi ada juga wisata pemancingan yang memiliki hasil pancing ikan gurame. Karsianto menjelaskan bahwa perbedaan wisata pancing di Sedati dan daerah lain dapat dilihat dari rasa ikan saat diolah karena hasil pancing ikan bandeng di Sedati saat diolah tidak bau tanah (*ambu lemah*) sehingga hasil olahan menjadi lebih enak.

Selain wisata pemancingan Sedati juga mempunyai potensi wisata lain diantaranya adalah tempat pelelangan ikan yang berada di desa Gisik Cemandi, pembuatan ikan asin, resto “Anda” dimana resto tersebut juga menyediakan fasilitas memancing dan *outbond*, masjid berkubah oranye di desa Tambak Cemandi, makam buyut mas’ajeng Dewi Reni Sekardadu yang ada di Dusun Kepetingan dan candi Tawang Alun yang terletak di desa buncitan dan merupakan candi satu-

satunya yang ada di Sedati. Sesuai dengan hasil wawancara yang saya lakukan wisata di Sedati cukuplah banyak namun hanya wisata pancing saja yang terkenal. Oleh karena itu pada kali ini penulis membuat tentang perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai referensi wisata Sidoarjo.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media buku sebagai sarana penyampaian karena selain dapat menyampaikan informasi, pesan dan cerita buku juga masih digemari di masyarakat karena buku mempunyai keunikan tersendiri yang tidak tergantikan oleh media lainnya. Buku memiliki peran emosional bagi pembacanya sehingga dapat mempengaruhi perasaan pembaca. Melalui media ini peneliti dapat memberikan informasi tentang wisata apa saja yang ada di kecamatan Sedati beserta lokasi wisata tersebut. Media buku selalu mengalami perkembangan, hingga pada akhirnya terdapat berbagai macam kategori buku dengan berbagai macam jenis pula. Kemudahan dan kepraktisan dalam pemakaian, serta fungsi dari buku itu sendiri menumbuhkan keminatan masyarakat luas untuk mengkonsumsinya (Sumolang, 2013: 3-4).

Teknik pembuatan konten ilustrasi pada buku referensi saat ini bermacam-macam, diantaranya adalah dengan menggunakan teknik *vector*, *sketch* pensil, *3D anaglyph*, *digital painting*, dan fotografi. Dalam penciptaan buku referensi ini, peneliti memilih teknik fotografi. Pemilihan teknik fotografi sendiri digunakan karena teknik ini dianggap memiliki keunggulannya tersendiri yaitu; lebih konkret, dapat menunjukkan perbandingan yang tepat dari objek yang sebenarnya, pembuatannya mudah dan harga relatif murah (Susilana & Riyana, 2009:16).



Oleh karena itu, perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai referensi wisata di Sidoarjo menjadi relevan. Karena dengan teknik fotografi ini, informasi dapat disampaikan secara komunikatif melalui visual sekumpulan rangkaian foto yang memiliki alur saling menyatukan dengan disertai teks sebagai penjelas guna menceritakan sekaligus memberi gambaran bagaimana kondisi dari tempat wisata itu sendiri.

Keunggulan menggunakan media buku pada penelitian ini adalah untuk menggugah emosi pembaca agar mampu memegang langsung, meraba, serta melihat secara rinci bagaimana isi yang terkandung dalam buku tersebut. (Ensiklopedi Indonesia, 1980 : 538) menjelaskan fungsi buku sendiri adalah untuk menyampaikan informasi berupa cerita, pengetahuan, laporan, dan lain-lain. Buku dapat menampung banyak sekali informasi tergantung dari jumlah halaman yang dimilikinya.

Melalui permasalahan yang ada, maka pada tugas akhir ini, penulis mengangkat judul “Perancangan Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Referensi Wisata Sidoarjo”, judul tersebut diangkat karena dirasa perlu membuat buku tentang wisata apa saja yang ada di Sedati karena banyaknya wisata Sedati yang belum dikenal banyak wisatawan. Dengan adanya buku ini diharapkan dapat dijadikan referensi wisatawan yang akan berwisata ke Sidoarjo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah :

“Bagaimana Merancang Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Destinasi Wisata Sidoarjo?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun yang menjadi batasan-batasan masalah dalam melakukan perancangan ini yaitu :

- a. Merancang buku tentang potensi yang dimiliki Sedati melalui buku wisata dengan teknik fotografi.
- b. Dalam perancangan buku ini akan membahas tentang wisata Pemancingan, wisata Tempat Pelelangan Ikan, Resto “Anda”, Masjid Darussalam dan wisata Candi Tawang Alun, wisata makam Buyut mas’ajeng Dewi Reni Sekardadu.
- c. Dalam buku perancangan wisata Sedati akan menjelaskan tentang lokasi wisata, fasilitas, biaya wisata dan jam pengunjung untuk wisatawan.

## **1.4 Tujuan**

Tujuan dari perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai referensi wisata Sidoarjo:

- a. Membuat buku tentang wisata apa saja yang ada di Sedati, Sidoarjo.
- b. Memberikan informasi tentang keberadaan wisata Sedati yang menjadi salah satu tempat wisata yang bisa dikunjungi wisatawan saat berkunjung ke Sidoarjo.

## **1.5 Manfaat**

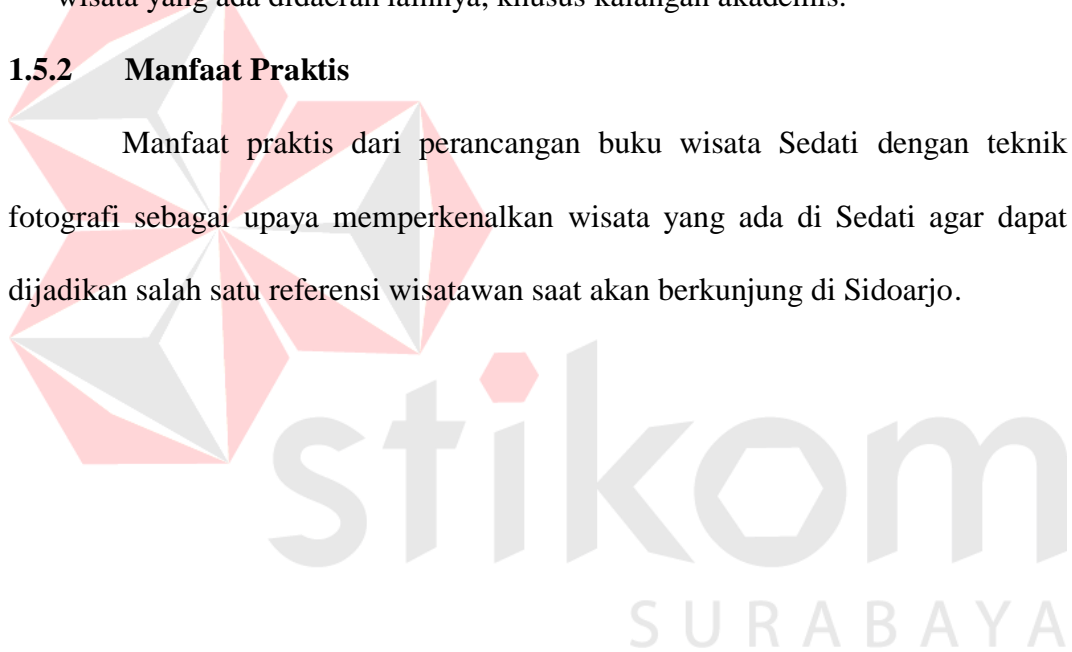
### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

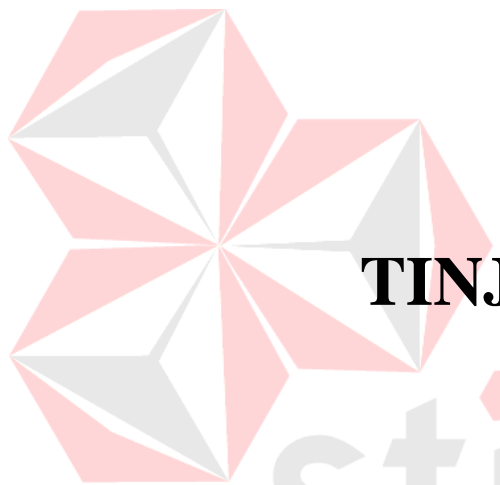
Manfaat teoritis dari perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya destinasi wisata Sidoarjo:

- a. Diharapkan hasil penelitian menjadi referensi bagi kalangan akademis, khususnya program desain komunikasi visual, dalam bidang perancangan buku fotografi.
- b. Dapat digunakan sebagai referensi penciptaan buku untuk memperkenalkan wisata yang ada didaerah lainnya, khusus kalangan akademis.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya memperkenalkan wisata yang ada di Sedati agar dapat dijadikan salah satu referensi wisatawan saat akan berkunjung di Sidoarjo.





## **BAB II**

# **TINJAUAN PUSTAKA**

stikom  
SURABAYA

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan penelitian terdahulu yang mengangkat tentang penciptaan buku panduan wisata religi Islam. Kegunaan analisis dari penelitian terdahulu adalah untuk mengidentifikasi dari hasil penelitian sebelumnya serta dijadikan sebagai pembeda dengan penelitian ini. Dari hasil penelitian terdahulu juga bisa menjadi referensi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada saat merancang buku wisata Sedati dimana digunakan untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Sedati.

Oleh karena itu, selain menjelaskan penelitian terdahulu, bab ini juga menjelaskan tentang wisata di Sedati, fotografi, buku dan teori-teori lain yang mendukung dalam penelitian ini yang mampu menjawab permasalahan secara teoritis.

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Dwinata Puspasari (2010), mahasiswa fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya program studi Desain Komunikasi Visual dengan judul Penciptaan Buku Panduan Wisata Religi Islam Dengan Pendekatan Kearifan Lokal Budaya Sebagai Destinasi Pariwisata Kota Surabaya. Sedangkan judul penelitian

yang akan saya lakukan yaitu Perancangan Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Referensi Wisata Sidoarjo.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwinata Puspasari tentang memperkenalkan destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya. Dengan penyampaian melalui pendekatan kearifan lokal budaya yang diharapkan dapat memberikan kemudahan informasi bagi wisatawan. Melalui pembuatan buku dimana berfungsi tersebut bisa menjadi panduan selain memperkenalkan sejarah perjuangan para wali dan pemimpin agama dalam berkhotbah dan menyebarkan Islam juga secara bersamaan memberikan arahan untuk menemukan tujuan wisata agama Islam di Surabaya. Wisata yang akan dibahas didalam buku tersebut adalah Masjid Ampel, Jami Peneleh, *Yellow Flower* Rachmad Masjid, Masjid Chenghoo, Masjid Agung Al-Akbar. Semoga dengan panduan ini dapat memberikan pengetahuan dan kemudahan wisata religi Islam di Surabaya.

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi penelitian, dimana pada penelitian yang akan di lakukan saat ini terletak di kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo. Selain perbedaan lokasi jenis wisata juga menjadi perbedaan pada penelitian ini, jika penelitian sebelumnya membahas tentang wisata religi maka penelitian saat ini membahas tentang berbagai macam potensi wisata yang dimiliki Sedati salah satunya adalah wisata pancing, wisata edukasi, wisata kuliner dan wisata belanja.

## **2.2 Sidoarjo**

Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur dimana sebelah utara berbatasan dengan kota Surabaya dan kabupaten Gresik, sedangkan disebelah timur berbatasan dengan Selat Madura, disebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Pasuruan, dan disebelah barat berbatasan dengan kabupaten Mojokerto. Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai penyangga utama kota Surabaya karena perkembangan sektor industri di Sidoarjo cukup pesat dikarenakan kabupaten Sidoarjo dekat dengan Surabaya yang dikenal dengan pusat bisnis Jawa Timur, pelabuhan laut Tanjung Perak maupun Bandar Udara Juanda. Dilihat dari logo kabupaten Sidoarjo dimana dalam logo tersebut dapat menunjukkan bahwa Udang dan Bandeng merupakan komoditi perikanan yang utama dari daerah tersebut dimana Sidoarjo juga dikenal sebagai kota petis. (Kuswidya, 2016:1)

### **2.2.1 Kecamatan Sedati**

Sedati adalah sebuah kecamatan di kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Sedati memiliki wilayah pesisir yang memiliki potensi sumberdaya perairan dibidang perikanan tangkap dan perikanan tambak. Pengembangan pemanfaatan potensi sumberdaya perairan pantai diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Terdapat beberapa desa di Sedati diantaranya desa Banjar Kemuning, desa Betro, desa Buncitan, desa Cemandi, desa Gisik Cemandi, desa Kalanganyar, desa Kwangsari, desa Pabean, desa Pepe, desa Pranti, desa Pulungan desa Sedati Agung,

desa Sedati Gede, desa Segoro Tambak, desa Semampir, desa Tambak Cemandi.  
(<http://id.wikipedia.org>)

### **2.2.2 Wisata Pancing**

Sedati memiliki wisata pancing yang sangat banyak salah satunya adalah wisata Sedati di desa Tambak Cemandi. Terdapat beberapa wisata pancing di desa tersebut salah satunya pemancingan Gemilang *Fishing*. Gemilang *fising* mempunyai 2 tempat pemancingan yaitu Gemilang *Fishing* 1 dan Gemilang *Fishing* 2. Menurut bapak Karsianto selaku pengelola pemancingan Gemilang *Fishing* terdapat 3 pemancingan yang sudah mempunyai nama atau terkenal di desa Tambak Cemandi salah satunya adalah Gemilang *Fishing* yang sudah dikelola sejak tahun 2015. Jenis ikan yang ada dipemancingan ini ada satu jenis saja yaitu bandeng. Tetapi dalam ukuran bandeng Gemilang *Fishing* memiliki 3 macam ukuran ikan bandeng sehingga memiliki perbedaan harga pada hasil pancingnya. Yang pertama dalam ukuran kecil 1 ikan dengan berat dibawah 4 ons akan dikenakan biaya Rp 30.000,- per ons, yang kedua ikan dengan berat diatas 4 ons akan dikenakan biaya Rp 40.000,- per ons, yang ketiga adalah ukuran master dimana 1 ikan yang beratnya 1 Kg akan dikenakan biaya Rp 50.000,- per kilogram. Sebelum diletakkan ke lokasi pemancingan, ikan dibudidayakan terlebih dahulu hingga memenuhi kriteria berat ikan (Olahan Peneliti, 2016).





Gambar 2.1 Lokasi Pemancingan Gemilang *Fishing*

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

### 2.2.3 Tempat Pelelangan Ikan

Pasar ikan di Sedati yang biasa disebut Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Sedati terletak di desa Gisik Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Desa Gisik Cemandi bersebelahan dengan Desa Banjar Kemuning dan Gisik Kidul. Tempat Pelelangan Ikan Sedati adalah tempat berkumpulnya para nelayan yang datang dari laut untuk menjual hasil tangkapannya, ada banyak jenis ikan yang dijual meskipun ada beberapa jenis ikan yang didatangkan dari tempat lain. Jika Anda penggemar ikan, anda bisa berbelanja ikan segar di TPI Sedati mulai dari Bandeng, Nila, Kakap Merah, Kakap Putih, Cumi-cumi, Kerapu, Bawal, Udang Galah, Udang Windu, Cucut, Manyung, Sembilang dan lainnya. Semua ikan tersebut masih dalam keadaan segar dan dijual dengan harga yang cukup murah. Biasanya TPI Sedati ini buka jam 8 pagi s/d jam 6 sore, melihat situasi pembeli

masih ada apa tidak. Terdapat parkir mobil maupun sepeda motor yang sangat luas TPI Sedati. Anda tidak perlu ragu untuk menawar jika dirasa harga ikannya ditawarkan menurut Anda terlalu tinggi, dengan sopan pedagang akan mempertimbangkan tawaran Anda. pedagang yang jualan di TPI Sedati rata-rata dari desa Gisik Cemandi atau Banjar Kemuning dan sekitarnya.



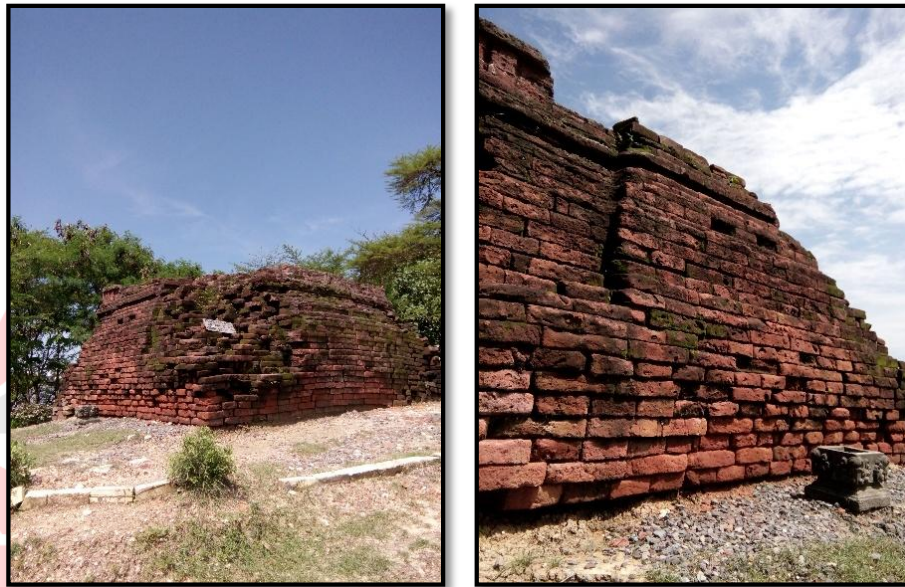
Gambar 2.2 Aktivitas nelayan pulang dari mencari ikan.

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

#### **2.2.4 Candi Tawang Alun**

Candi Tawang Alun merupakan salah satu candi peninggalan kerajaan Majapahit di kabupaten Sidoarjo yang terletak di desa Buncitan kecamatan Sedati. Candi Tawang Alun adalah candi satu-satunya yang ada di Sidoarjo. Untuk menemukan kawasan candi terbilang sedikit susah. Jarak antara desa Tawang Alun dengan candi Tawang Alun terbilang cukup jauh sekitar 3 Km dari arah desa

Tawang Alun kearah timur. Tepatnya candi Tawang Alun berada di desa Buncitan dan posisinya persis dibelakang kompleks Akademi Perikanan Sidoarjo (APS) Buncitan kecamatan Sedati (<http://wisatasidoarjo.com>).



Gambar 2.3 Candi Tawangalun

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Jika berbicara mengenai candi tersebut , akan terasa sangat kental dengan cerita sejarah dibangunnya Candi Tawang Alun masih terkait dengan raja Majapahit. Dahulu kala pada zaman kerajaan Majapahit saat pemerintahan Prabu Brawijaya II ada sebuah desa di Tawang Alun ada raksaksa sakti yang belum dapat dikalahkan oleh pasukan Majapahit, raksaksa tersebut bernama Resi Tawang Alun. Resi Tawang Alun mempunyai anak perempuan, ketika beranjak dewasa anak perempuannya mempunyai perasaan pada sang Prabu , untuk mewujudkan keinginan anaknya Resi Tawang Alun menyulap anaknya menjadi putri yang sangat cantik. Kecantikan wajahnya membuat Putri Alun anak dari raksaksa terkenal ke pelosok negeri (<http://wisatasidoarjo.com>).

Suatu ketika karena keegoisan sang raja Brawijaya beliau mempersunting putri Alun untuk menjadi selirnya, lama kelamaan sifat asli putri Alun muncul dan terlihat oleh orang istana ketika Putri Alun melihat daging yang berada didepannya dan dia memakan menta-menta daging tersebut. Kabar berita kalau putri Alun memakan daging mentah tersebut sampai ditelinga Sang Raja, Raja Brawijaya marah dan kesal saat mendengar kabar tersebut, tanpa pikir lagi sang raja mengusir putri Alun dari istana dalam keadaan hamil tua (<http://wisatasidoarjo.com>).

Putri alun sangat sedih, dia pun kembali tinggal bersama ayahnya. Di sana dia melahirkan seorang anak yang diberi nama Aryo Damar. Aryo Damar tumbuh diasuh oleh ibu dan kakeknya. Pada suatu waktu, ketika Aryo Damar telah beranjak dewasa dia bertanya-tanya kepada ibunya siapa sebenarnya ayah kandungnya, merasa sudah cukup umur akhirnya Putri Alun menceritakan bahwa sang Prabu Brawajaya II itu adalah ayah kandungnya. Setelah mengetahui ayah kandungnya Aryo Damar pun meminta izin untuk pergi menemui ayahnya (<http://wisatasidoarjo.com>).

Ketika Ario Damar sampai di Majapahit dan bisa menghadap raja Brawijaya, Ario Damar mengaku bahwa dia adalah anak raja Brawijaya dari selir putri alun, raja Brawijaya tidak mau mengakui dia sebagai anak karena masih dendam telah ditipu. Raja pun memberi syarat yang mustahil untuk dipenuhi Ario Damar agar diakui sebagai anak. Syarat pertama adalah membuat damar (lampu) yang tidak ada gantunganya, karena Ario Damar keturunan orang sakti dia bisa membuat damar dari besi yang tidak ada gantunganya (<http://wisatasidoarjo.com>).

Sang prabu belum bisa menerimanya dan memberitahukan syarat yang kedua , yaitu mencari dan membawa tanah dari tempat asalnya (tanah tandus,sedati) yang harus sama dengan tanah yang berada di kerajaan (tanah subur,trowulan). Ario Damar berhasil melaksanakan tugas tersebut dengan bantuan kakeknya. Raja Brawijaya semakin kesal dengan Resi Tawang Alun karena telah turut membantu cucunya, Raja memberitahukan syarat yang terakhir yaitu, jika dia (Ario Damar) bisa membunuh Resi Tawang Alun maka Ario Damar akan diakui sebagai anaknya (<http://wisatasidoarjo.com>).

Sebenarnya Ario Damar bisa melaksanakan tugas tersebut akan tetapi dia bingung harus bagaimana. Putri Alun prihatin terhadap nasib anaknya dan mendirikan sebuah candi sebagai wujud rasa kasihnya terhadap Ario Damar. Ario Damar masuk kedalam candi yang memang khusus dibuat untuk mendekatkan diri kepada tuhan, Ario Damar berfikir tentang makna-makna kehidupan dan juga pilihan-pilihan yang harus dia pilih, karena terlalu lamanya bertapa didalam candi sampai-sampai hilang (<http://wisatasidoarjo.com>).



## 2.3 Desain

### 2.3.1 Elemen-Elemen Dasar Desain

- a. Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Garis juga didefinisikan sebagai titik yang bergerak, selain itu garis juga disebut sebagai jalur terbuka.

Garis dikategorikan berdasarkan tipe, arah, dan kualitasnya. Tipe garis atau atribut garis merujuk pada gerakan garis dari awal hingga akhir. Tipe garis dapat berupa garis lengkung, lurus, atau siku-siku.

Kategori kedua adalah arah garis. Arah garis dibedakan menjadi tiga, yaitu garis horizontal, garis vertikal dan garis diagonal.

Kategori ketiga adalah kualitas garis harus merujuk bagaimana garis itu digambar. Kualitas garis itu dapat berupa garis yang ragu-ragu atau tegas, halus atau patah-patah, tebal atau tipis, tetap atau berubah-ubah.

- b. Bidang (*shape*). Segala bentuk yang mempunyai dimensi dan lebar disebut bidang. Bidang bisa berupa bentuk-bentuk geometris (lingkaran, segiempat, segitiga, elips, kotak, setengah lingkaran dll) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan.

Bidang geometris mempunyai kesan yang formal. Dan sebaliknya, bidang yang non-geometris atau bidang yang tidak beraturan mempunyai kesan yang tidak formal, santai dan dinamis. Pengertian bidang grafis dalam desain grafis tidak sebatas itu saja.

Area kosong yang ada diantara elemen-elemen visual dan *space* yang mengelilingi foto, bisa pula disebut bidang. Bidang yang kosong bisa dianggap sebagai elemen desain, seperti halnya garis, warna, bentuk dan sebagainya.

- c. Warna merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain. Pemilihan warna dan pengolahan atau penggabungan satu dengan lainnya akan dapat memberikan suatu kesan atau image yang khas dan memiliki karakter yang unik, karena setiap warna memiliki sifat yang berbeda-beda. Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

- d. Gelap Terang, perbedaan nilai gelap terang dalam desain grafis disebut *value*. Salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca adalah dengan menyusun unsur-unsur visual secara kontras gelap terang. Kontras *value* dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi.

Penggunaan warna yang kurang kontras memberi kesan dinamis, energik, riang, dramatis dan bergairah. Secara umum, kontras gelap terang memiliki kemudahan baca lebih tinggi dibandingkan kontras warna (*hue*).

- e. Tekstur adalah nilai raba atau halus kasarnya permukaan benda. Dalam dunia seni rupa, khususnya desain grafis, tekstur dapat bersifat nyata dan dapat pula tidak nyata (tekstur semu). Tekstur dalam desain komunikasi visual lebih cenderung pada tekstur tertentu, yaitu kesan visual dari suatu bidang. Tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras.

### 2.3.2 Prinsip-Prinsip Desain

Menurut Arfizal Arzad Hakim (1984:22), menjelaskan bahwa prinsip-prinsip dalam desain diantaranya :

- a. Keseimbangan, terdapat dua cara pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan *simetris* yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan *asimetris* yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.
- b. Irama atau ritme adalah penyusunan unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Irama visual dalam desain grafis bisa berupa repetisi dan variasi. Repetisi merupakan pengulangan elemen visual disertai perubahan bentuk ukuran atau posisi.
- c. Penekanan atau fokus atau dapat di artikan lain penonjolan objek dapat dilakukan dengan cara menggunakan warna yang mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling mencolok, memakai huruf *serif* ukuran besar, arah diagonal dan dibuat berbeda dengan elemen yang lain.

Dalam seni rupa, khususnya desain komunikasi visual, dikenal dengan istilah *focal point*, yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan untuk menarik perhatian. *Focal point* sering disebut juga sebagai *center of interest* (pusat perhatian).

- d. Kesatuan atau biasa disebut *unity* adalah salah satu prinsip yang menekankan pola keselarasan dari unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Jurus pungkasan dari desain



komunikasi visual adalah kesatuan. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya. Menciptakan kesatuan pada desain yang hanya memiliki satu muka, seperti poster dan iklan, relative lebih mudah dibandingkan bentuk buku atau *folder* yang memiliki beberapa halaman.

Dalam buku pengantar desain komunikasi visual (Adi Kusriato, 2007:191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca (*legibility*).

Eksekusi terhadap desain tipografi dalam merancang grafis pada aspek *legibility* akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan kenapa naskah perlu dibaca, dan siapa yang membacanya.

## **2.4 Buku**

Buku dalam arti luas mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukiskan atas segala macam lembaran *papyrus*, lontar, perkamen dan kertas dengan segala bentuknya: berupa gulungan, dilubangi dan diikat dengan atau dijilid muka belakangnya dengan kulit, kain, karton dan kayu. (Ensiklopedi Indonesia, 1980:538)

H.G. Andriese dkk menyebutkan buku merupakan “informasi tercetak di atas kertas yang dijilid menjadi satu kesatuan”.

UNESCO pada tahun 1964, dalam H.G. Andriese dkk. memberikan pengertian buku sebagai “Publikasi tercetak, bukan berkala, yang sedikitnya sebanyak 48 halaman” (web.iaincirebon.ac.id).

Sesuai dengan empat definisi buku di atas, maka buku diartikan sebagai kumpulan kertas tercetak dan terjilid berisi informasi dengan jumlah halaman paling sedikit 48 halaman yang dapat dijadikan salah satu sumber dalam proses belajar dan membelajarkan. Jenis-jenis buku antara lain, yaitu novel, majalah, kamus, komik, *ensiklopedia*, kitab suci, biografi dan naskah (<http://portalremaja.co.id>).

## **2.5 Unsur-Unsur dalam Buku**

Resensi berasal dari bahasa Latin, yaitu dari kata kerja *revidere* atau *recensere*. Artinya melihat kembali, menimbang, atau menilai. Arti yang sama untuk istilah itu dalam bahasa Belanda dikenal dengan *recensie*, sedangkan dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *review*. Tiga istilah itu mengacu pada hal yang sama, yakni mengulas sebuah buku. Tindakan meresensi buku dapat berarti memberikan penilaian, mengungkap kembali isi buku, membahas, atau mengkritik buku. (Samad,1997:1-8)

Pemuatan resensi buku sekurang-kurangnya mempunyai lima tujuan, yakni:

- a. Memberikan informasi.
- b. Mengajak pembaca untuk memikirkan, merenungkan, dan mendiskusikan lebih jauh fenomena atau problema yang muncul.

- c. Memberikan pertimbangan kepada pembaca.
- d. Menjawab pertanyaan yang timbul jika seseorang melihat buku baru terbit.
- e. Untuk mendapat bimbingan, berminat untuk membaca dan tidak ada waktu untuk membaca buku.

Unsur-unsur yang membangun resensi buku, yaitu:

- a. Membuat judul resensi.
- b. Menyusun data buku.
- c. Membuat pembukaan.
- d. Tubuh atau isi pernyataan resensi buku.
- e. Penutup resensi buku (Samad, 1997:1-8).

## 2.6 Cara Membuat Buku

Buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2012:132). Buku adalah kumpulan atau sejumlah publikasi kepada siapa orang berkonsultasi untuk mencari fakta-fakta atau informasi tentang latar belakang suatu objek, orang atau peristiwa secara cepat dan mudah (Trimo, 1997). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan sebuah buku adalah *margin*, *grid*, dan *font* atau tipografi.

### 2.6.1 Margin

*Margin*, menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh elemen-elemen *layout*. *Margin* mencegah agar elemen *layout* tidak terlalu jauh kepinggir halaman. Karena hal tersebut secara estetika kurang menguntungkan atau yang lebih parah lagi, elemen *layout* akan terpotong pada saat

akan dicetak. Namun ada juga yang sengaja meletakkan elemen *layout* jauh kepinggir halaman bila memang konsep desain tersebut mengharuskan demikian dan sudah melalui pertimbangan estetis sebelumnya.

### 2.6.2 *Grid*

*Grid* adalah alat bantu yang bermanfaat dalam *me-layout*. *Grid* mempermudah kita dimana kita harus meletakkan elemen *layout* dan mempermudah konsistensi dan kesatuan *layout* terlebih untuk karya desain yang mempunyai beberapa halaman. Dalam membuat *grid*, kita membagi halaman menjadi beberapa kolom dengan garis *vertical*, dan juga yang *horizontal*. Sedangkan untuk merancanganya kita harus mempertimbangkan faktor berikut:

1. Beberapa ukuran dan bentuk bidangnya.
2. Apa konsep dan *style* desainnya.
3. Beberapa ukuran huruf yang dipakai.
4. Beberapa banyak isinya atau informasi yang ingin dicantumkan .

### 2.6.3 Font atau Tipografi



Gambar 2.4 Tipografi

Sumber : [www.ahslidesain.com](http://www.ahslidesain.com) diakses tanggal 15 Oktober 2016

Secara disiplin ilmu, tipografi (*typography*) merupakan sebuah disiplin seni tentang pengetahuan mengenai huruf. Sedangkan pengertian tipografi menurut buku *Manuale Typographicum* adalah merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Menurut Sihombing (2001 : 58), Dalam pembuatan desain sebuah buku, dibutuhkan jenis huruf yang memiliki tingkat *legability* tinggi. Dalam desain tipografi, *Legability* memiliki pengertian sebagai kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat kejelasan ini tergantung pada bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam sebuah naskah. Huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja dapat memberikan suatu makna yang mengacu pada sebuah

objek maupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam seni yang disebut tipografi (*typography*).

Menurut Rustan (2011 : 16), Tipografi dimaknai sebagai “segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”. Huruf menjadi sesuatu yang memiliki makna ganda, huruf dapat menjadi sesuatu yang dapat dilihat (bentuk/rupa huruf) dan dapat menjadi sesuatu yang dapat dibaca (kata/kalimat). Huruf memiliki makna yang tersurat (pesan/gagasan) dan makna yang tersirat (kesan), selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin meluas.

Prinsip yang harus diperhatikan dalam tipografi adalah *readability* (keterbacaan) dan *legibility* (kejelasan).

- a. *Readability*, menurut Ilene (2006 : 59-60) *readability* berhubungan dengan bagaimana huruf-huruf tersebut disusun. Faktor yang mempengaruhi tingkatan keterbacaan sebuah jenis huruf adalah ukuran, *leading*, *line length*, *alignment*, *letter space* dan *word spacing*.
- b. *Legibility*. Saat memilih tipografi untuk anak-anak harus yang sederhana dan tampak mudah dibaca dengan *counter* bentuk yang sebaiknya bulat, bagian sudutnya disarankan mempunyai ujung yang tumpul, bukan bersudut lancip maupun kotak. Contoh yang baik adalah *Sassoon* yang dibuat secara khusus untuk anak-anak.

Tipografi menurut Mikke Susanto dalam bukunya “Diksi Rupa ” Tipografi atau tata huruf, merupakan unsur dalam karya desain yang mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Susanto, 2011:402).

## 2.7 *Layout*

Menurut Rustan (2009 : 9), *layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep / pesan yang dibawanya. *Layout* yang dikerjakan melalui proses dan tahapan yang benar bukan tidak mungkin akan berdampak positif pada tujuan apapun yang ingin dicapai desainer melalui karya desain yang dibuatnya.

Dalam mendesain *layout* kita juga mengenal istilah *grid system*. Sebuah *grid* diciptakan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang. *Grid system* digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Melalui *grid system* seorang perancang grafis dapat membuat sebuah sistematis guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan. Tujuan utama dari penggunaan *grid system* dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetika.

### 2.7.1 Prinsip *Layout*

Menurut Surianto Rustan (2009 : 27), prinsip dasar *layout* terbagi menjadi 4 yaitu:

a. *Sequence*/urutan banyak juga yang menyebutnya dengan *hierarki/flow*/aliran.

Kita membuat prioritas dan mengurutkan mana yang harus dibaca terlebih dahulu hingga yang boleh dibaca diakhir penyampaian. Kenapa perlu adanya *sequence*? jika semua komponen desain pada *layout* sama kuat bukan tidak mungkin pembaca konten desain kita akan menangkap informasi yang berbeda dengan yang ingin kita sampaikan. Dengan adanya *sequence* pembaca akan secara otomatis mengarahkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan. *Sequence* ini bisa dicapai dengan menggunakan prinsip *layout* yang lain yaitu *Emphasis*.

b. *Emphasis* yaitu penekanan dapat diciptakan dengan berbagai cara, antara lain :

1. Menambah ukuran *font* lebih dari yang lain.
2. Memberikan warna yang kontras dengan *background* dan elemen desain yang lainnya.
3. Letakkan diposisi strategis dan dapat menarik perhatian. Sebagai pegangan kita pasti sudah mengerti jika manusia pada umumnya membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Maka posisi yang pertama dilihat oleh pembaca adalah kiri atas.
4. Gunakan *style* yang berbeda dengan *style* yang lain.

c. *Balance* yaitu pembagian berat yang merata pada bidang *layout*, pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi



bidang *layout*, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.

- d. *Unity*, tidak berarti hanya kesatuan dari elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara fisik dan nonfisik yaitu pesan dan komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.

### 2.7.2 Elemen-Elemen *Layout*

Dalam buku Rustan (2008:27) berjudul *Layout Dasar & Penerapannya*, Elemen-elemen dalam sebuah *layout* memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, dan menghadirkan kenyamanan dalam membaca termasuk didalamnya kemudahan mencari informasi yang dibutuhkan, navigasi, dan estetika. Elemen *layout* dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Elemen Teks dalam sebuah *layout* meliputi : judul, *deck*, *byline*, *bodytext*, subjudul, *pull quotes*, *callouts*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, *spasi*, header & footer, *running head*, catatan kaki, nomor halaman, *jumps*, *signature*, *nameplate*, dan *masthead* (Rustan, 2009 : 27).
- b. Elemen Visual dalam sebuah *layout* meliputi : foto, artworks, infographics, garis, kotak, *inset*, poin (Rustan, 2009 : 53).
- c. *Invisible Elements* merupakan elemen-elemen yang tergolong sebagai *invisible elements* ini merupakan pondasi atau kerangka yang berfungsi sebagai acuan penempatan semua elemen *layout* lainnya (Rustan, 2009 : 60). *Invisible Elements* ini meliputi *margin* dan *grid*.

1. *Margin* menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh elemen-elemen *layout*. *Margin* mencegah elemen-elemen *layout* tidak jauh kepinggir halaman karena hal tersebut secara estetika kurang menguntungkan.
2. *Grid* mempermudah kita menentukan dimana harus meletakkan elemen *layout* dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan *layout* terlebih untuk karya desain yang mempunyai beberapa halaman. Kadangkala untuk membuat *layout* sebuah karya desain yang mempunyai banyak halaman boleh saja kita menggunakan kombinasi lebih dari satu *system grid*.
- d. *Negative Space*. *White Space* atau ruang kosong dimaksudkan agar karya tidak terlalu padat dalam penempatannya pada sebuah bidang dan menjadikan sebuah objek menjadi dominan. Ruang kosong akan membuat elemen pada desain bernafas sehingga konsumen atau pembaca lebih mudah menyerap atau memahami isi, maksud dan tujuan desain. Ruang kosong membantu menciptakan aliran dalam desain dan sekaligus akan membantu membentuk keseimbangan dalam desain.

Ketika elemen desain saling mengerumuni (ramai) satu sama lain, sulit untuk menemukan apa yang ingin dikomunikasikan melalui hal tersebut pada setiap elemennya. Ruang kosong akan mengorganisasikan elemen-elemen tersebut dan menyediakan kesan yang nampak secara visual.

Ruang kosong dibentuk dengan berbagai cara sehingga dapat menambah kesan elegan dan kesempurnaan pada suatu desain. Hasil dari penggunaan ruang kosong mempunyai proporsi tertentu dalam harmonisasi suatu desain.

- e. *Visual Hierarchy, Hirarki* dalam desain adalah suatu cara untuk menuntun mata pembaca kepada sesuatu hal, cara seperti itu juga merupakan salah satu cara untuk menunjukkan tingkat pentingnya informasi. Desainer dapat menggunakan kontras untuk menuntun pembaca dalam membaca informasi dan gambar pada susunan yang diinginkan.

Didalam sebuah desain, objek yang lebih besar adalah objek yang dilihat pertama dalam sebuah komposisi. Akan tetapi hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebuah obyek yang lebih kecil dengan warna cerah atau penempatan yang tidak biasa akan menarik perhatian pembaca. Warna-warna cerah akan lebih menarik perhatian dibandingkan warna-warna yang ringan. Area besar berwarna hitam akan menarik perhatian, begitu juga dengan area kecil berwarna putih yang diletakkan dalam bidang hitam. *Anomaly* dalam desain akan menarik perhatian pembaca. Didalam sebuah pengulangan, obyek yang berbeda akan menarik perhatian.

- f. Teori Gestalt adalah sebuah teori psikologi yang mengatakan bahwa seseorang akan mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai satu kesatuan yang utuh. Dikembangkan oleh Maz Wertheimer dkk, teori ini dapat menjelaskan kecenderungan persepsi yang terbentuk dibenak seseorang (Rustan, 2009 : 49)

Prinsip Gestalt yang banyak diterapkan dalam desain grafis antara lain :

1. *Proximity* merupakan sebuah kesatuan atau pengelompokan yang terbentuk karena adanya elemen yang saling berdekatan.

2. *Similarity* adalah objek yang bentuk / elemennya sama akan dilihat sebagai satu kelompok sendiri.
3. *Continuity* merupakan penataan visual yang dapat menggiring gerak mata mengikuti ke sebuah arah tertentu.
4. *Closure* melengkapi sebuah obyek menjadi sesuatu yang utuh walaupun sebenarnya tidak.
5. *Figure Ground* melihat *foreground* (latar depan) obyek atau *background* (latar belakang), atau keduanya dapat dilihat sebagai obyek.

## 2.8 Teori Tipografi

Tipografi menurut Adi Kusrianto dalam bukunya “*Pengantar Desain Komunikasi Visual*” tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, menyusun meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkaikan dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki.

Menurut Lia dan Kirana (2014:52) menjelaskan bahwa tipografi sebagai “*visual language*”, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Dalam sebuah karya seni atau media komunikasi, tipografi seringkali kurang mendapat perhatian. Pada desainer seringkali lebih fokus pada kreasi gambar, fotografi atau ilustrasi. Padahal hampir semua hal yang berhubungan dengan desain mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah, terlebih tidak komunikatif. Dalam membuat perencanaan suatu karya desain,

keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan kuasa (*hierarki*) dan keseimbangan karya desain tersebut.

Ada 4 ciri-ciri dari tipografi sesuai dengan anatominya menurut Adi Kusrianto ( 2007 : 202), sebagai berikut:

- a. Huruf *OldStyle* diciptakan dalam periode tahun 1470 ketika muncul huruf *Venetian* buatan seniman Venice, *Aldin* ciptaan Aldus Manutius dari Itali. Periode *Oldstyle* berakhir di akhir abad ke-16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville. Ciri dari huruf *Oldstyle* berbentuk *diagonal stress*, *serif*, bagian tipis dan tebal pada *stroke* sedang, *serif* huruf biasa berbentuk miring. Beberapa *font* yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok *Oldstyle* adalah *Bembon*, *Bauer Text*, *Goudy Oldstyle*, *Palatino* dan lain-lainnya.



Gambar 2.5 Contoh huruf *Goudy Oldstyle*, kategori *Oldstyle*

Sumber: Kusrianto, 2007 : 202

- b. *Modern* merupakan kelompok huruf *modern* ini di mulai pada abad ke-18 ketika *Giambastita Bodoni* menciptakan karya yang dikenal sebagai *font Bodoni*. Ciri tipe *Modern* adalah *vertical stress*, *serif* huruf kecil berbentuk lurus, bagian tebal dan tipis pada *stroke* perbedaan ekstrim.



Gambar 2.6 Contoh huruf *Bodoni MT* kategori Modern

Sumber: Kusrianto, 2007 : 203

- c. *Slab Serif* merupakan kelompok huruf *Slab Serif* ditandai dengan bentuk *serif* yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf itu bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian. Ciri kelompok huruf ini adalah *serif* pada huruf kecil berbentuk *horizontal* dan tebal (*slab*), *vertical stress*, dan bagian *stroke* yang tebal dan tipis bedanya tidak terlalu besar.



Gambar 2.7 Contoh huruf *Rockwell* kategori *Slab Serif*

Sumber: Kusrianto, 2007 : 204

- d. *Sans Serif* adalah huruf tanpa *serif* (kait ujung). Pertama kali huruf ini diciptakan oleh William Caslon pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, *font* jenis itu disebut bentuk aneh dan unik. Hingga kini, orang Inggris masih menyukai dan menyebut tanpa *serif* ini dengan sebutan *Grotesques*.



Gambar 2.8 Contoh huruf *Arial* kategori *Sans Serif*

Sumber: Kusrianto, 2007 : 204

Dalam suatu karya desain, semua elemen yang ada saling berkaitan.

Tipografi sebagai salah satu elemen desain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain, serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Dua hal yang akan menentukan kesuksesan desain terkait dengan penggunaan tipografi, yaitu : *legibility* dan *readability* (Lia dan Kirana, 2014 : 64), dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Misalnya bentuk huruf yang terlalu abstrak bisa membuat huruf tersebut tidak dikenali atau tidak terbaca. *Legibility* suatu kata/kalimat dapat dilihat dari kerumitan desain huruf dan penggunaan warna.
- b. *Readability* adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungan dengan huruf yang lain sehingga terlihat jelas. Dalam penggambaran huruf, baik untuk membentuk suatu kata maupun kalimat, harus memperhatikan hubungan antara huruf yang satu dengan yang lain, khususnya *spasi* antara huruf. Ketidaktepatan penggunaan *spasi* dapat mengurangi kemudahan untuk membaca suatu keterangan. Sehingga informasi suatu desain terkesan kurang jelas saat membacanya.

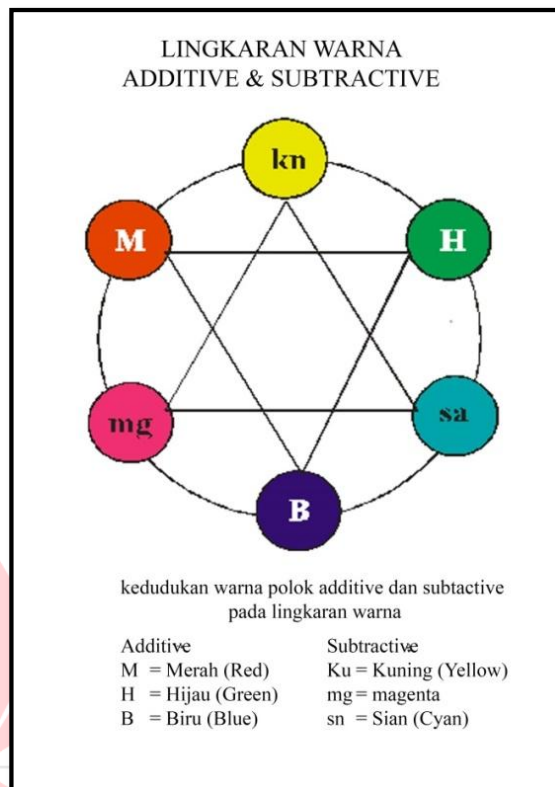
## 2.9 Teori Warna

Warna dapat didefinisikan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Secara objektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik. (Sanyoto:2009,11)

Warna menurut kejadiannya dibagi menjadi dua, yaitu warna *additive* dan *subtractive*. *Additive* adalah warna yang berasal dari cahaya yang disebut *spectrum*. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari *pigmen* (Sanyoto, 2009:13). Warna pokok *additive* ialah Merah (*Red*), Hijau (*Green*), dan Biru (*Blue*), dalam komputer biasa di sebut sebagai warna model RGB. Warna pokok *subtractive* menurut teori adalah Sian (*Cyan*), Magenta dan Kuning (*Yellow*), dalam komputer biasa disebut warna CMY.

Dalam teori, warna-warna pokok *additive* dan *subtractive* disusun kedalam sebuah lingkaran warna, dimana warna pokok *additive* dan warna pokok *subtractive* saling berhadapan atau berkomplemen.





Gambar 2.9 Lingkaran Warna *Addictive & Subtractive*

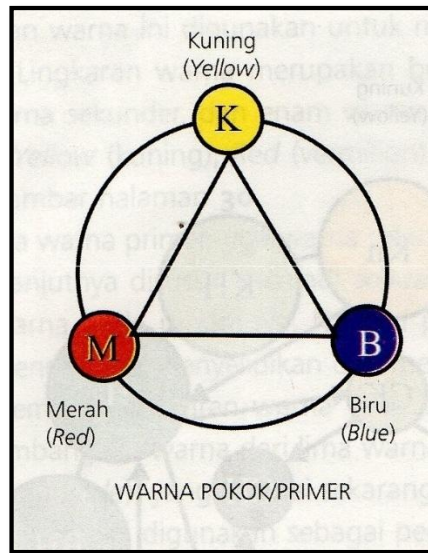
Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

Dimensi-dimensi warna atas dasar warna pokok bahan tinta cetak terdiri dari tiga warna: *cyan*, *magenta*, *yellow*. Terdapat tiga dimensi warna yang sangat besar pengaruhnya terhadap tata rupa, yaitu *hue*, *value*, dan *chroma*. *Hue* adalah realitas/rona/corak warna, yaitu dimensi mengenai klasifikasi warna, nama warna, dan jenis warna. *Value* adalah tonalitas warna, yaitu dimensi tentang terang-gelap warna atau tua-muda warna, disebut pula "ke-terang-an" warna (*lightness*). *Chroma* adalah intensi-tas warna, yaitu dimensi tentang cerah-redup warna, cemerlang-suram warna, murni-kotor warna, disebut pula "kecerahan" warna (*brightness*). Intensitas warna ini disebabkan oleh adanya penyerapan atau peredaman warna (*saturation*).

Terdapat lima klasifikasi warna, yaitu warna *primer*, *sekunder*, *intermediate*, *tersier*, dan *quarter*. Masing-masing memiliki kelompok nama-nama warna:

a. Warna *primer*, atau disebut warna pertama, atau warna pokok. Disebut warna *primer* karena warna tersebut tidak dapat dibentuk dari warna lain. Disebut warna pokok karena warna tersebut dapat digunakan sebagai bahan pokok percampuran untuk memperoleh warna-warna yang lain. Nama-nama warna *primer* tersebut adalah sebagai berikut.

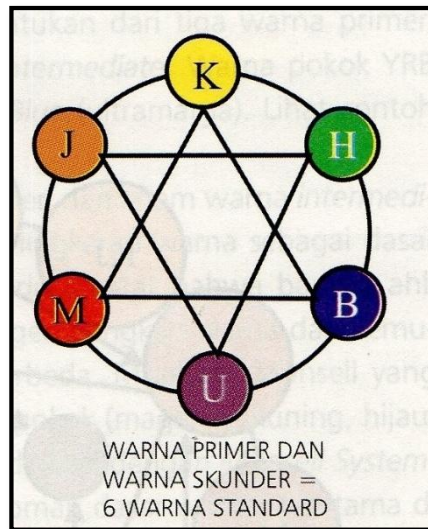
1. Biru, nama warna sebenarnya adalah *sian*, yaitu biru semu hijau. Pada *tube* cat sering tidak ada warna *sian*, maka dapat digunakan *cerulean blue* atau bisa dengan *cobalt blue*. Warna *sian* yang sebenarnya terdapat pada warna bahan tinta cetak dan printer komputer.
2. Merah, nama sebenarnya *magenta*, yaitu merah semu ungu. Pada *tube* cat sering tidak ada warna *magenta*. Yang dekat dengan *magenta* adalah *carmine*. Sedangkan warna *magenta* yang sebenarnya terdapat pada warna bahan tinta cetak *offset* dan printer komputer.
3. Kuning, dalam *tube* cat disebut *yellow*, dalam tinta cetak disebut *yellow*.



Gambar 2.10 Lingkaran Warna *Primer*

Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

- b. Warna *sekunder*, atau disebut warna kedua adalah warna jadian dari percampuran dua warna *primer*. Nama warna *sekunder* adalah sebagai berikut.
1. Jingga/*orange*, yakni warna hasil percampuran antara warna merah dan kuning.
  2. Ungu/*violet*, yakni hasil percampuran warna merah dan biru.
  3. Hijau, yakni hasil percampuran warna kuning dan biru.



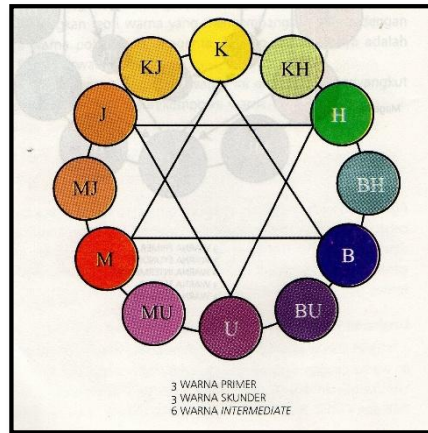
Gambar 2.11 Lingkaran Warna *Sekunder*

Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

c. Warna *intermediate* adalah warna perantara, yaitu warna yang ada diantara warna *primer* dan *sekunder* pada lingkaran warna. Nama-nama warna *intermediate* adalah sebagai berikut.

1. Kuning hijau (sejenis *moon green*), yaitu warna yang ada diantara kuning dan hijau.
2. Kuning jingga (sejenis *deep yellow*), yaitu warna yang ada diantara kuning dan jingga.
3. Merah jingga (*red/vermilion*), yaitu warna yang ada diantara merah dan jingga.
4. Merah ungu (*purple*), yaitu warna yang ada diantara merah dan ungu/*violet*.
5. Biru *violet* (sejenis *blue/indigo*), yaitu warna yang ada diantara biru dan ungu/*violet*.
6. Biru hijau (sejenis *sea green*), yaitu warna yang ada diantara biru dan hijau.

Enam warna *standart* dan enam warna *intermediate* tersebut disusun ke dalam bentuk lingkaran, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar teori warna.

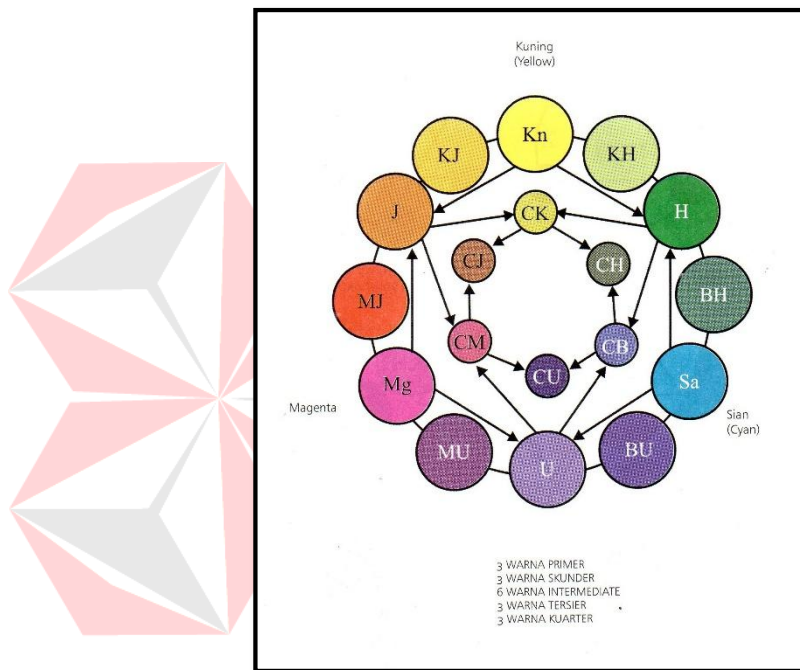


Gambar 2.12 Lingkaran Warna *Intermediated*

Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

- d. Warna *tersier* atau warna ketiga adalah warna hasil pencampuran dari dua warna *sekunder* atau warna kedua. Nama-nama warna *tersier* adalah sebagai berikut.
  1. Coklat kuning, disebut juga *siena* mentah, kuning *tersier*, *yellow ochre*, atau *olive*, yaitu pencampuran warna jingga dan hijau.
  2. Coklat merah, disebut juga *siena* bakar, merah *tersier*, *burnt siena*, atau *red brown*, yaitu pencampuran warna jingga dan ungu.
  3. Coklat biru, disebut juga *siena* sepia, biru *tersier*, zaitun, atau *navy blue*, yaitu pencampuran warna hijau dan ungu.
- e. Warna *kuarter* atau warna keempat yaitu warna hasil pencampuran dari dua warna *tersier* atau warna ketiga. Nama-nama warna *kuarter* adalah sebagai berikut.
  1. Coklat jingga, atau jingga *kuarter*, atau semacam *brown*, adalah hasil pencampuran kuning *tersier* dan merah *tersier*.

2. Coklat hijau, atau hijau *kuarter*, atau semacam *moss green*, adalah hasil percampuran biru *tersier* dan kuning *tersier*. Di Jawa warna ini disebut "*ijo telek lengkung*".
3. Coklat ungu, atau ungu *kuarter*, atau semacam *deep purple*, adalah hasil percampuran merah *tersier* dan biru *tersier*.



Gambar 2.13 Lingkaran Warna *Tersier* dan *Kuarter*

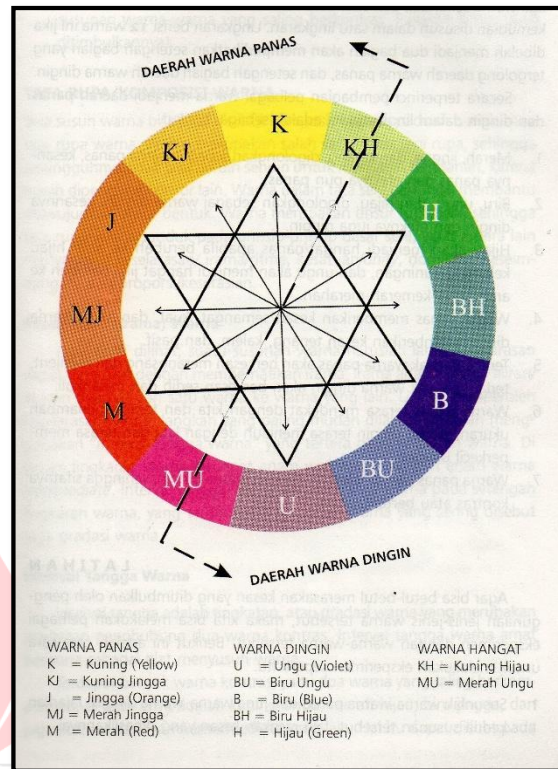
Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

Warna juga dapat dikelompokkan dalam lingkaran Warna (*The Color Wheel*). Lingkaran warna merupakan sistem warna yang menggunakan dengan istilah *yellow* (kuning), *red* (merah), dan *blue* (biru) atau YRB. Lingkaran warna merupakan salah satu sistem warna disamping RGB dan CMYK. Jika RGB digunakan pada bidang pekerjaan yang menggunakan cahaya, CMYK digunakan untuk bidang cetak-mencetak, maka sistem lingkaran warna banyak digunakan oleh

para seniman dan desainer. Lingkaran warna ini digunakan untuk menghasilkan berbagai kombinasi warna. Lingkaran warna merupakan bentukan dari tiga warna *primer*, tiga warna *sekunder*, dan enam warna *intermediate*. Warna pokok YRB adalah *Yellow* (kuning), *Red* (*vermilion*), *Blue* (*ultramarga*).

Tiga warna *primer*, tiga warna *sekunder*, dan enam warna *intermediate*, selanjutnya disusun menjadi sebuah lingkaran warna sebagai dasar teori warna pada umumnya. Namun perlu dicatat bahwa banyak ahli yang mengadakan penyelidikan dan mengembangkan warna dan kemudian membuat lingkaran warna yang berbeda. Misalnya, Munsell yang mengembangkan warna dari lima warna pokok (*magenta*, kuning, hijau, *sian*, dan *purple*), yang sampai sekarang dikenal dengan *Munsell System*. Sistem warna ini digunakan sebagai pedoman dasar warna, terutama di Amerika. Sedangkan teori warna yang mengembangkan warna dengan dasar tiga warna pokok *sian*, *magenta*, kuning, di antaranya adalah Newton, Prang, Oswald. Yang terkait dengan lingkaran warna ini antara lain menyangkut jenis-jenis warna dan tata susun/komposisi warna.





Gambar 2.14 Lingkaran Warna ( *The Color Whell* )

Sumber : Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain

## 2.10 Pariwisata

### 2.10.1 Definisi Pariwisata

Kata “pariwisata” menurut Yoeti (Irawan, 2010: 11), menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yatu “*pari* yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010: 12).



Menurut Undang-undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut (Pendit, 1994) :

- a. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara.
- b. Jasa boga dan restoran, industri jasa dibidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
- c. Transportasi dan jasa angkutan, industri usaha jasa yang bergerak dibidang angkutan darat, laut dan udara.
- d. Atraksi wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.
- e. Cenderamata (*Souvenir*), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wistawan pada saat kembali ke tempat asal.
- f. Biro perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

### **2.10.2 Jenis-jenis Pariwisata**

Menurut Nyoman S. Pendit (1999: 42-44) membagi pariwisata ke dalam beberapa jenis yaitu :

- a. Wisata budaya merupakan perjalanan wisata ke tempat lain atau ke luar negeri yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui dan mempelajari keadaan

rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni masyarakat di lokasi yang dituju.

- b. Wisata kesehatan dapat diartikan sebagai perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari demi kepentingan beristirahat dalam arti jasmani dan rohani. Objek wisatanya antara lain mata air panas, tempat dengan iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan seperti rumah sakit, balai kesehatan dan lainnya.
- c. Wisata olahraga adalah perjalanan yang ditujukan untuk berolahraga atau sengaja mengambil bagian dalam kegiatan olahraga baik resmi maupun tidak disuatu tempat, misalnya *Asian Games*, *Olimpiade*, *Thomas Cup*, memancing, berenang dan lainnya.
- d. Wisata komersial merupakan perjalanan dengan tujuan untuk mengunjungi kegiatan-kegiatan komersial seperti pameran, *bussines expo* dan pekan raya yang bersifat komersil.
- e. Wisata industri dapat dicontohkan seperti kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, ke suatu daerah atau kompleks perindustrian dimana terdapat pabrik atau bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata sosial bisa dijelaskan sebagai pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan. Misalnya, bagi kaum buruh, petani atau anak panti *asuhan*.

- g. Wisata pertanian dimana wisata jenis ini dapat dicontohkan seperti perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya untuk tujuan studi maupun *riset*.
- h. Wisata Pilgrim (ziarah) dimana wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin
- i. Wisata cagar alam, jenis wisata ini mengkhususkan pada kunjungan ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan, dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam, menghirup udara segar, melihat berbagai binatang atau tumbuhan.

### **2.10.3 Wisatawan**

Dalam dunia pariwisata, wisatawan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Wisatawan berasal dari segala segmen mulai dari tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan atau harapan yang berbeda. Menurut Smith (Kusumaningrum, 2009: 16), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.

Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang

yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

Wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum, 2009: 18):

- a. Wisatawan *modern* idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
- b. Wisatawan *modern* materialis, wisatawan dengan golongan *hedonisme* (mencari keuntungan) secara berkelompok.
- c. Wisatawan tradisional idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
- d. Wisatawan tradisional materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

## **2.11 Pengertian Fotografi**

Menurut Ansel Adams Fotografi diambil dari bahasa Yunani, yang berarti “*Fotos*” adalah sinar atau cahaya, dan “*Grafos*” yang berarti gambar. Dalam suatu seni rupa, fotografi adalah proses pembuatan lukisan yang menggunakan media cahaya. Gambaran umum fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek pada media yang peka terhadap cahaya.

Pada umumnya fotografi adalah semua hasil karya yang dikerjakan menggunakan kamera, dan kebanyakan setiap kamera memiliki cara kerja yang sama dengan cara kerja mata manusia. Seperti halnya mata manusia, kamera juga mempunyai lensa dan mengambil pantulan cahaya dari suatu objek untuk

menjadikan sebuah gambar yang berbentuk foto. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkapan cahaya. Medium yang telah dibakar dengan intensitas cahaya yang tepat akan menghasilkan suatu bayangan indentik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan (Nugroho ,2006: 1-2).

### 2.11.1 Jenis Fotografi

Dalam dunia fotografi banyak terdapat jenis-jenis fotografi. Masing-masing jenis fotografi memiliki teknik dan skill yang berbeda. Jenis fotografi tersebut diantaranya (<http://idseducation.com>):

- a. *Landscape* fotografi memiliki kecenderungan untuk melihat-lihat pemandangan indah yang ada di sekitar atau *traveling* ke tempat-tempat yang indah kemudian mengabadikan foto alam tersebut.
- b. *Wildlife* fotografi merupakan *genre* fotografi yang berfokus pada hewan dan habitat alami mereka disebut fotografi satwa liar. Perilaku hewan di alam liar juga merupakan objek bagi *wildlife photography*. sebagian foto-foto ini dicetak dalam jurnal dan pameran. Bukan hal yang mudah untuk mendapatkan hasil yang indah karena selain kamera yang canggih, lensa yang bagus, senter yang kuat, kamu juga membutuhkan kesabaran ekstra untuk membidik foto yang menawan.
- c. *Aerial* fotografi (Foto Udara) adalah jenis fotografi dimana foto diambil dari udara dengan menggunakan pesawat, balon udara, parasut atau diambil dari atas

gedung pencakar langit. Foto-foto ini memberikan tampilan yang lebih besar dari subjek dan latar belakang.

- d. *Sports* fotografi mengkhususkan diri dalam menangkap momen yang menentukan dalam sebuah acara olahraga. Fotografi olahraga adalah salah satu jenis fotografi yang sulit, karena membutuhkan banyak latihan dan peralatan yang memadai.
- e. *Portrait* fotografi adalah segala hal mengenai menangkap suasana hati seseorang dengan penekanan ekspresi. Jenis ini tidak perlu menggunakan model profesional, bisa memotret anggota keluarga.
- f. *Architectural* fotografi atau fotografi arsitektur adalah fotografi yang berkaitan dengan mengambil foto sebuah struktur rumah atau bangunan dari sudut yang berbeda. Tujuan utama dari fotografi arsitektur adalah untuk menciptakan dampak positif pada pembeli potensial *real estate*.
- g. *Wedding /Event* fotografi dapat dikatakan bahwa para fotografer pendatang baru memulai karirnya dengan berlatih memotret acara pernikahan atau *event* fotografi. Tapi hal ini bukan berarti bahwa *wedding photography* tidak memerlukan keterampilan apapun. Apabila sudah terjun dalam *wedding* fotografi maka harus memiliki kecakapan yang baik soal editing.
- h. *Fashion* fotografi ialah memotret model dengan pencahayaan yang *glamour* dan juga selain model fotografer memotret *item* fashion seperti tas, baju, sepatu, aksesoris, atau *make up*. Fotografi jenis ini biasanya banyak digunakan dalam dunia periklanan dan majalah *fashion*.

- i. *Macro* Fotografi adalah jenis fotografi dimana gambar dibidik dengan kisaran lebih dekat untuk menampilkan rincian materi subjek yang ingin ditonjolkan. Subjek yang menarik dari fotografi makro adalah bunga, serangga, tekstur dari sweater, atau keranjang.
- j. *Baby/Family* Fotografi dilakukan ketika keluarga biasanya baru saja mendapatkan bayi yang baru lahir. Ekspresi berbeda bayi bersama dengan anggota keluarga yang dibidik dalam fotografi jenis ini. Seluruh keluarga datang bersama-sama untuk membekukan satu sesi pemotretan yang dapat dilakukan secara *indoor* atau *outdoor*.

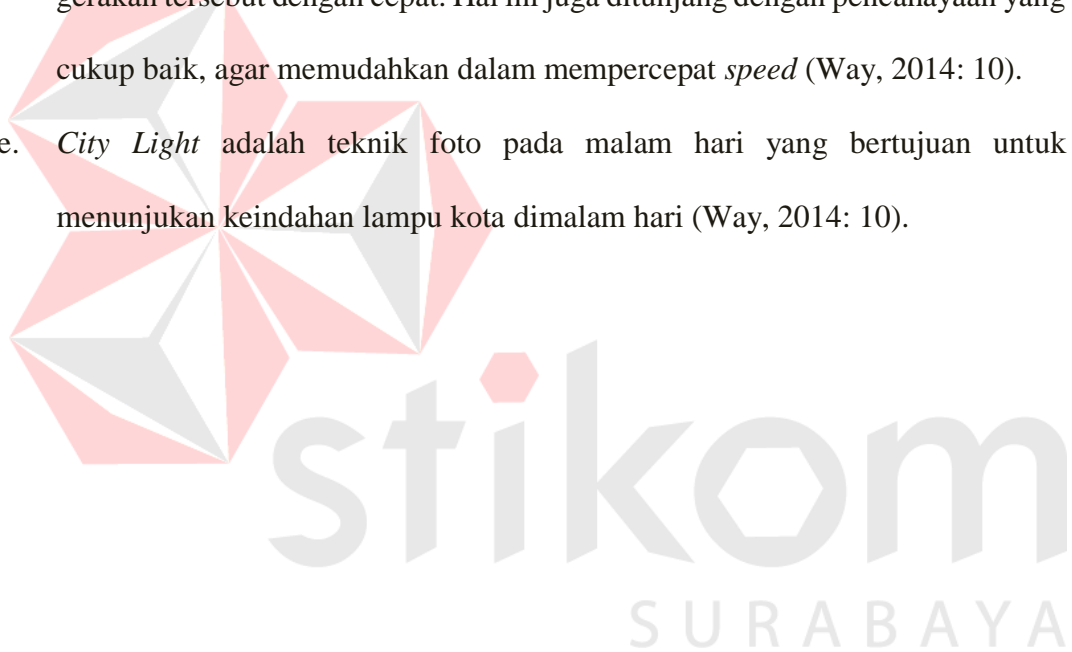
#### **2.11.2 Teknik Pengambilan Foto.**

Terdapat beberapa teknik untuk mengambil foto diantaranya ialah :

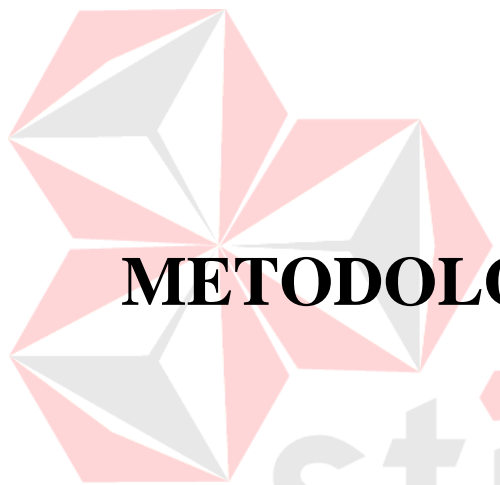
- a. *Blurring* merupakan teknik yang mendapatkan gambar dengan hasil yang mengalami percepatan gerak dan hasil akhirnya dapat dilihat sebagai objek yang bergerak cepat, sehingga terlihat efek tidak *focus* pada bagian yang bergerak (Way, 2014: 9).
- b. *Panning* merupakan teknik foto yang hampir serupa dengan teknik *blurring* tetapi perbedaannya terletak pada bidang yang terkena efek *blur*. Teknik ini merupakan pembuatan objek utama yang terpotret dapat *focus*, dan *blur* pada *backgroundnya*. *Panning* pada umumnya digunakan untuk memberi kesan tentang adanya gerak cepat.(Way, 2014: 10).
- c. *Depth of Field* (DoF) dibagi menjadi dua macam yaitu DoF sempit dan DoF luas. Teknik DoF ini pengaturan dilakukan pada besarnya bukaan diafragma,

yang nantinya mempengaruhi tampilan background. DoF sempit akan menghasilkan *focus* diobjek yang dekat, dan latar belakangnya akan terlihat sangat tidak *focus* dan tampak samar. Sedangkan DoF luas, maka hasil yang dapat terlihat malah sebaliknya. *Focus* terjadi dengan merata dikedua objek dan *background* (Way, 2014: 10).

- d. *Freezing* yaitu teknik yang menampilkan adanya pembekuan gerak yang cepat. Dapat dilakukan dengan mengatur *speed* yang cepat agar dapat menangkap gerakan tersebut dengan cepat. Hal ini juga ditunjang dengan pencahayaan yang cukup baik, agar memudahkan dalam mempercepat *speed* (Way, 2014: 10).
- e. *City Light* adalah teknik foto pada malam hari yang bertujuan untuk menunjukkan keindahan lampu kota di malam hari (Way, 2014: 10).







## **BAB III**

# **METODOLOGI PENELITIAN**

stikom  
SURABAYA

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pembahasan yang ada pada bab ini akan lebih terfokus kepada metode yang digunakan dalam pengumpulan data, pemilihan data serta teknik pengolahannya yang akan digunakan agar mendapatkan *keywords* yang dibutuhkan dalam perancangan karya buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya destinasi wisata Sidoarjo.

#### **3.1 Perancangan Penelitian**

Perancangan penelitian digunakan sebagai cara untuk menentukan langkah-langkah dalam mengumpulkan data, mulai dari menentukan lokasi penelitian, jenis penelitian, langkah penelitian dan teknik analisis data yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat.

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian. Hal ini karena penelitian ini membutuhkan informasi lebih mendalam tentang potensi yang ada di Sedati. Menurut Sutopo (2006: 179), penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam baik kondisi maupun proses, dan juga hubungan atau saling keterkaitannya mengenai hal-hal pokok yang ditemukan pada sasaran penelitian.

Jenis sumber data secara menyeluruh yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif, dapat dikelompokkan sebagai berikut : (1) narasumber atau

informan, (2) peristiwa, aktivitas dan perilaku, (3) tempat atau lokasi, (4) benda, gambar dan rekaman, (5) dokumen dan arsip (Sutopo, 2006: 57).

### **3.1.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi wisata di desa-desa yang terletak di kecamatan Sedati.

## **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Setelah menentukan metode penelitian yang akan digunakan, proses selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data. Untuk memperoleh data yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan perlu dilakukannya teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan.

### **3.2.1 Observasi**

Menurut Pawito (2007: 111) mengatakan bahwa penelitian dengan metode pengamatan atau observasi biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis dan kultural masyarakat. Disini, kata “langsung” memiliki pengertian bahwa peneliti hadir dan mengamati kejadian-kejadian secara langsung di lokasi.

Dalam hal ini observasi dilakukan dengan cara mengamati objek wisata yang ada di Sedati. Observasi ini penting untuk melihat lebih dalam tentang karakteristik objek wisata yang ada di Sedati, dimana dari pengamatan tersebut

akan menghasilkan sebuah hasil observasi berupa wawancara, quisoner, dan dokumentasi.

### 3.2.2 Wawancara

Wawancara atau biasa dikenal dengan *interview* merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data. Dalam penelitian dengan metode kualitatif ini menggunakan wawancara mendalam yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo, 2006: 72). Ciri utama dari wawancara adalah adanya kontak langsung dengan cara bertatap muka antara si pencari informasi (*interviewer*) dengan sumber informasi (Sutopo 2006: 74).

Adapun dalam perancangan buku fotografi ini, wawancara dilakukan dengan Bapak Karsianto selaku pengelola Pemancingan Gemilang *Fishing*, bapak Saifu selaku juru kunci Candi Tawangalun, ibu Maymunah selaku manajer Resto “Anda”. Wawancara juga dilakukan dengan pihak-pihak yang mendukung perancangan buku wisata Sedati. Dimana dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui permasalahan serta berbagai informasi yang mendukung perancangan buku wisata Sedati ini.

### 3.2.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti-bukti yang berkaitan dengan wisata Sedati. Hal ini diperlukan untuk memperdalam penelitian. Data yang dikumpulkan berupa foto-foto lokasi, fasilitas yang disediakan, kegiatan wisatawan, arsip, serta data-data tertulis yang berkaitan dengan perancangan pembuatan buku wisata Sedati ini.

### 3.2.4 Studi Eksisting

Studi eksisting ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan media lain yang sama seperti perancangan buku wisata yang kita buat seperti *brosur*, *billboard*, iklan, poster, dan lain sebagainya untuk mempromosikan wisata Kecamatan Sedati kepada calon pengunjung..

### 3.2.5 Studi Pustaka

Studi pustaka (kepustakaan) merupakan teknik pengumpulan data dengan bersumber dari buku-buku referensi yang bertujuan untuk memperkuat dan memperdalam materi mengenai pembuatan buku serta tentang fotografi dan wisata desa. Studi pustaka ini penting untuk mendukung data penelitian yang akan diimplementasikan ke dalam perancangan buku wisata Sedati.

Untuk mendukung perancangan buku wisata Sedati, dilakukan studi pustaka melalui penelitian terdahulu dan konsep-konsep yang mendukung perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya menjadikan referensi bagi wisatawan jika berlibur di Sidoarjo.

### **3.2.6 Studi Kompetitor**

Studi kompetitor menjelaskan kemiripan produk yang diangkat. Sehingga studi kompetitor yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai pesaing dengan produk yang akan peneliti buat saat ini. Dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing sehingga dapat dijadikan peluang untuk membuat keunikan produk sehingga dapat dijadikan nilai lebih dalam menarik minat wisatawan.

Untuk kompetitor dari buku wisata Sedati yang mempunyai konsep yang hampir sama dengan perancangan buku wisata Sedati yang akan membahas potensi yang dimiliki Sedati dan sebagai panduan wisatawan untuk berwisata ke lokasi tersebut, maka dipilihlah buku wisata Borobudur yang memiliki konsep yang hampir sama dengan perancangan buku wisata Sedati.

### **3.3 Teknik Analisis Data**

Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Menurut Patton menjelaskan analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar (Moleong, 1999:103). Oleh karena itu, maka dalam analisis data penelitian lebih disesuaikan dengan tujuan penelitian agar keputusan yang diambil tepat.



**BAB IV**  
**PEMBAHASAN**

stikom  
SURABAYA

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Pembahasan dalam bab ini lebih difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data serta pengolahannya dalam perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya destinasi wisata Sidoarjo.

#### **4.1 Hasil dan Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan data-data lain, sehingga dapat mudah dipahami.

##### **4.1.1 Hasil Observasi (Pengamatan)**

Observasi memiliki pengertian bahwa peneliti hadir dan mengamati kejadian-kejadian secara langsung di lokasi dan melakukan pencatatan secara sistematis. Dalam hal ini observasi dilakukan dengan cara datang dan mengamati secara langsung keadaan wisata yang ada di Sedati.

- a. Berdasarkan observasi yang dilakukan di kecamatan Sedati, ditemukan data bahwa potensi wisata di Sedati ada beberapa jenis wisata yaitu wisata buatan, wisata edukasi, wisata belanja, wisata kuliner dan wisata rohani.



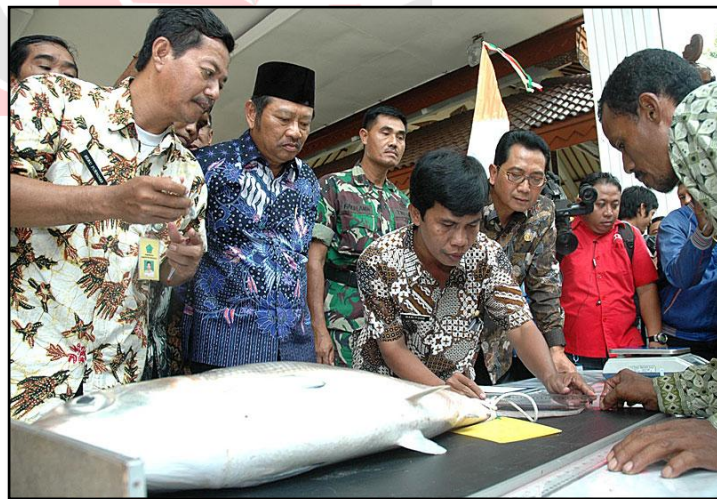
- b. Masyarakat yang datang ke wisata di Sedati didominasi oleh keluarga dan remaja. Dengan penghasilan sekitar Rp. 500.000 sampai Rp. 5.000.000 perbulan tetapi ada juga yang penghasilannya lebih dari Rp. 5.000.000 perbulan.
- c. Masyarakat yang datang ke wisata yang ada di Sedati kebanyakan masyarakat menengah keatas karena mereka berwisata mengajak keluarganya dengan membawa kendaraan roda empat.
- d. Pada hari libur jumlah pengunjung akan meningkat dibandingkan hari biasa.
- e. Harga atau biaya yang dikeluarkan untuk berwisata di Sedati relatif cukup murah dibandingkan dengan berwisata di daerah perkotaan.
- f. Observasi dilakukan pada sebuah toko buku di Surabaya. Hasilnya adalah orang yang mencari buku tidak selalu memegang handphone kecuali saat handphone itu dibutuhkan untuk foto, menghubungi seseorang, atau keperluan lainnya.

#### **4.1.2 Hasil Wawancara**

Wawancara merupakan metode tanya jawab kepada narasumber yang digunakan untuk mengetahui informasi secara mendalam. Wawancara dilakukan pada tanggal 08 November 2016 dengan Informan Ibu Dwi selaku kepala bidang pariwisata Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporabudpar) Kabupaten Sidoarjo, berikut adalah rangkuman dari data hasil wawancara.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur yang letaknya cukup strategis dan dikenal sebagai penyangga utama Kota Surabaya karena perkembangan sektor industri di Sidoarjo cukup pesat di

karenakan kabupaten Sidoarjo dekat dengan Surabaya yang dikenal dengan pusat bisnis Jawa Timur, pelabuhan laut Tanjung Perak maupun Bandar Udara Juanda. Di lihat dari logo Kabupaten Sidoarjo dimana dalam logo tersebut dapat menunjukkan bahwa Udang dan Bandeng merupakan komoditi perikanan yang utama dari daerah tersebut. Sidoarjo pernah menyelenggarakan kegiatan Lelang Bandeng dimana kegiatan tersebut dapat diikuti oleh semua masyarakat Sidoarjo. Kegiatan Lelang Bandeng ini diadakan untuk memperingati hari maulid Nabi Muhammad SAW dan menjadikan cambuk untuk meningkatkan produksi ikan bandeng dengan pengembangan motivasi dan promosi agar petani lebih meningkatkan kesejahteraannya. Pada kegiatan Lelang bandeng ini peserta tidak dipungut biaya dan akhirnya kegiatan lelang bandeng ini menjadi kegiatan tahunan Kabupaten Sidoarjo.



Gambar 4.1 Pelelangan Ikan Bandeng di Sidoarjo

Sumber : Arsip Dinas Pariwisata Sidoarjo

Wawancara kedua dilakukan pada tanggal 09 November 2016 dengan Bapak Hadi selaku Camat Sedati. Sedati merupakan sebuah kecamatan di kabupaten

Sidoarjo yang memiliki wilayah pesisir yang memiliki potensi sumberdaya perairan dibidang perikanan tangkap dan perikanan tambak. Sedati merupakan daerah yang sangat strategis karena dekat dengan Juanda. Sejauh ini Sedati sangat terkenal dengan pemancingan dan tambaknya yang berada di daerah pesisir dimana daerah tersebut dikelola oleh warga sekitar untuk meningkatkan perekonomian mereka dan agar pemancing mempunyai tempat untuk memancing dan nyaman.

#### 4.1.3 Hasil Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data visualisasi dari wisata yang ada di kecamatan Sedati dalam bentuk foto-foto lokasi. Berikut adalah hasil dokumentasi peneliti :

##### a. Pemancingan



Gambar 4.2 Suasana Pemancingan di Sedati

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

b. Pelelangan Ikan



Gambar 4.3 Tempat Pelelangan Ikan Baru

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

c. Candi Tawangalun



Gambar 4.4 Candi Tawangalun

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016



d. Petilasan Dewi Nyai Roro Arum Sari



Gambar 4.5 Petilasan Dewi Nyai Roro Arum Sari

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

e. Makam Butut Mas'ajeng Dewi Reni Sekar Dadu



Gambar 4.6 Makam Buyut Mas'ajeng Dewi Reni Sekar Dadu

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

f. Masjid Darus Salam



Gambar 4.7 Masjid Darus Salam

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

g. Resto “Anda”



Gambar 4.8 Suasana Depan Resto Anda

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

h. Pembuat Telur Asin



Gambar 4.9 Proses Pembuatan Telur Asin

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

i. Tempat Pelelangan Ikan Lama



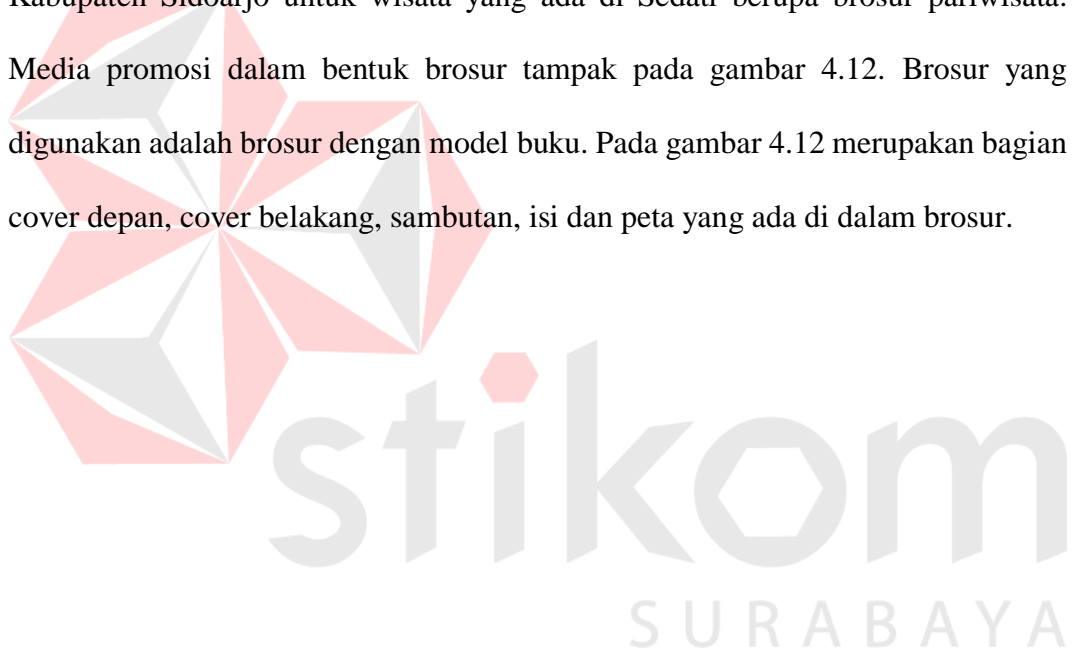
Gambar 4.10 Tempat Pelelangan Ikan Lama

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

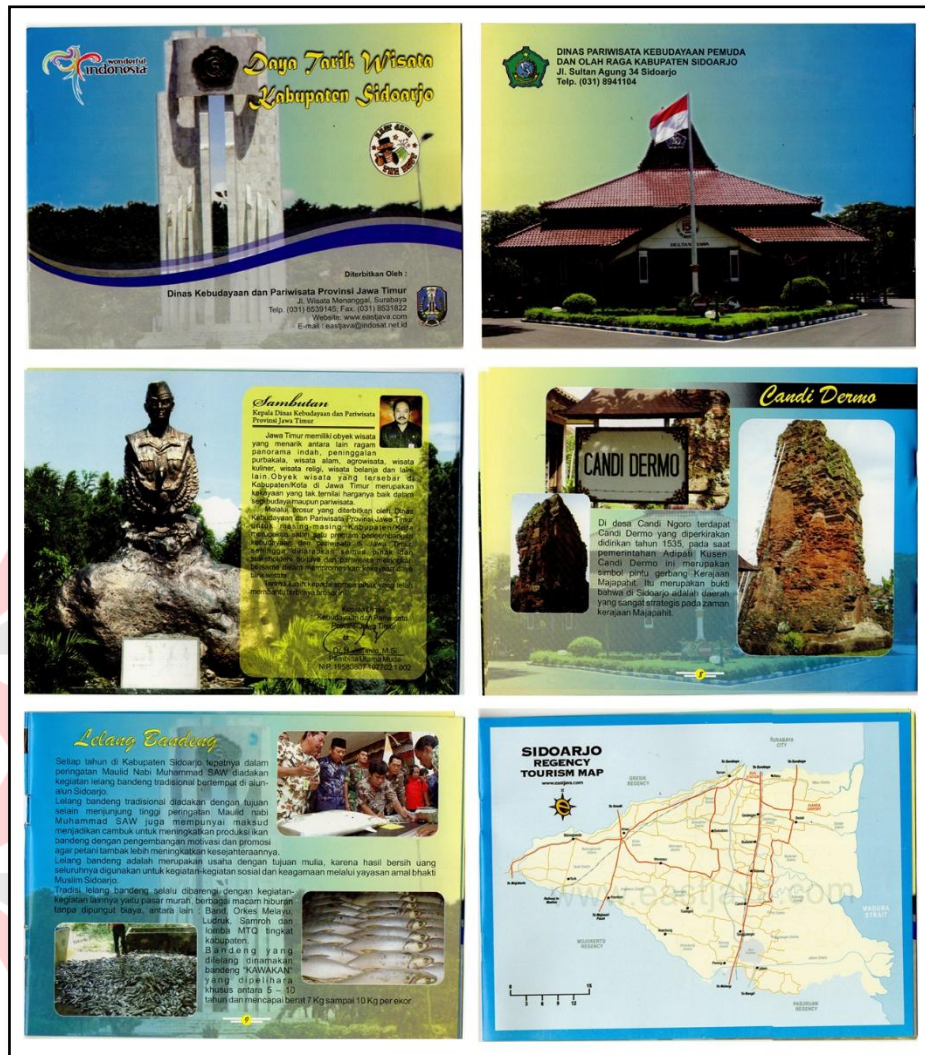
#### **4.1.4 Hasil Studi Eksisting**

Hasil analisa studi eksisting dalam perancangan ini mengacu pada observasi yang telah dilakukan terhadap obyek yang diteliti yaitu media promosi yang terdahulu. Dari observasi yang dilakukan, didapatkan media promosi berupa brosur dari pihak Disporbudpar Kabupaten Sidoarjo.

Studi eksisting mengacu pada objek yang diteliti, dalam hal ini adalah wisata yang ada di Sedati. Media promosi yang pernah dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sidoarjo untuk wisata yang ada di Sedati berupa brosur pariwisata. Media promosi dalam bentuk brosur tampak pada gambar 4.12. Brosur yang digunakan adalah brosur dengan model buku. Pada gambar 4.12 merupakan bagian cover depan, cover belakang, sambutan, isi dan peta yang ada di dalam brosur.







Gambar 4.11 Brosur yang pernah dibuat oleh dinas pariwisata untuk mempromosikan potensi wisata Sidoarjo.

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Sidoarjo

#### a. Keunggulan

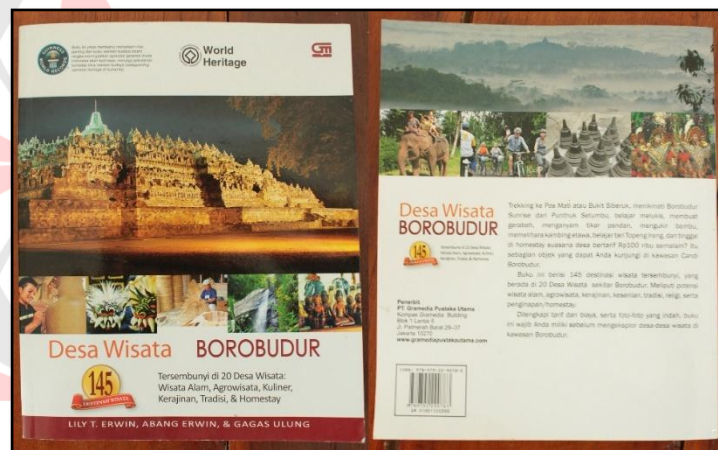
Keunggulan yang dimiliki oleh brosur yang diterbitkan oleh dinas pariwisata Sidoarjo adalah membahas tentang semua wisata unggulan dan sudah terkenal yang ada di Sidoarjo.

#### b. Kelemahan

Kelemahan dari brosur tersebut adalah tidak ada artikel yang membahas tentang wisata yang ada di Kecamatan Sedati.

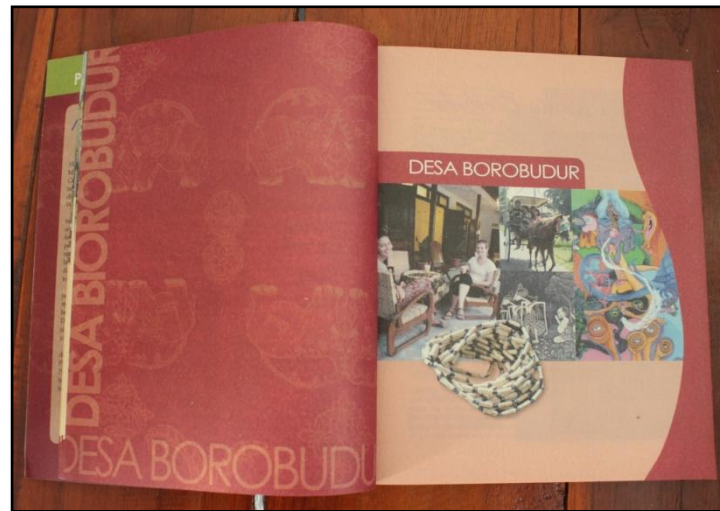
#### 4.1.5 Analisis Kompetitor

Studi kompetitor menjelaskan kemiripan produk yang diangkat. Untuk kompetitor buku wisata Sedati yang menawarkan penjelasan berbagai macam wisata yang ada di Sedati, maka dipilihlah Buku Desa Wisata Borobudur sebagai kompetitor karena Buku Desa Wisata Borobudur dianggap memiliki konsep yang hampir sama dengan Buku Wisata Sedati yang akan dirancang oleh peneliti.



Gambar 4.12 Tampilan Cover Depan Belakang Desa Wisata Borobudur

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016



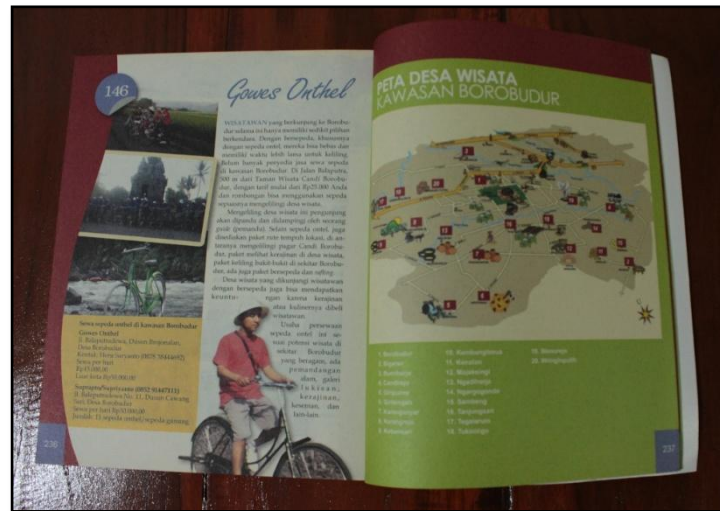
Gambar 4.13 Tampilan Pembatas antara desa satu dengan yang lain

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016



Gambar 4.14 Tampilan isi salah satu wisata di buku Desa Wisata Borobudur

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016



Gambar 4.15 Tampilan Map lokasi wisata yang ada di Desa Wisata Borobudur.

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

## 1. Keunggulan Kompetitor

Keunggulan yang dimiliki oleh buku Wisata Desa Borobudur adalah penyajian informasi destinasi wisatanya yang cukup lengkap yaitu lebih dari 100 destinasi wisata yang ada di Desa Borobudur. Mempunyai informasi yang lengkap tentang tempat wisata hingga penginapan bagi para wisatawan. Selain itu, juga terdapat informasi lokasi yang dilengkapi dengan peta yang ada di halaman paling belakang buku. Mempunyai banyak foto yang mendukung teks pada buku.

## 2. Kelemahan Kompetitor

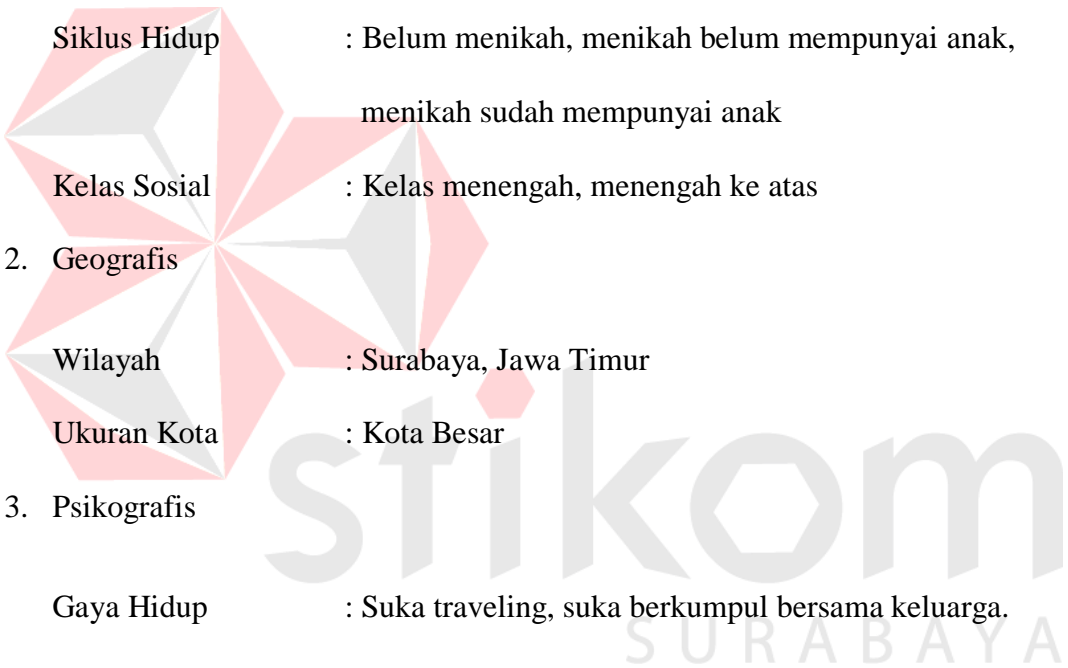
Kelemahan dari buku ini adalah terletak pada jenis kertas yang di gunakan kurang bagus sehingga hasil cetakan foto terlihat buram. Selain itu warna yang di gunakan kurang konsisten.



## 4.2 Analisis STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*)

### 4.2.1 *Segmentation*

#### 1. *Demografis*



Usia	: 20 - 45 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-Laki dan Perempuan
Profesi	: Mahasiswa, pegawai negeri/swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga
Siklus Hidup	: Belum menikah, menikah belum mempunyai anak, menikah sudah mempunyai anak
Kelas Sosial	: Kelas menengah, menengah ke atas

#### 2. *Geografis*

Wilayah	: Surabaya, Jawa Timur
Ukuran Kota	: Kota Besar

#### 3. *Psikografis*

Gaya Hidup	: Suka traveling, suka berkumpul bersama keluarga.
Kepribadian	: Masyarakat yang suka mempelajari hal-hal baru, suka berwisata bersama keluarga.

#### 4. *Behavior*

Masyarakat yang suka berlibur dengan keluarga, suka *travelling* dan suka mempelajari hal-hal baru.

#### **4.2.2 Targeting**

Target yang disasar dari buku ini adalah dari umur 20-45 dimana pada umur tersebut terdapat masyarakat yang sudah menikah maupun yang belum menikah yang suka mencoba hal baru dan berwisata dengan orang disekitarnya. Secara geografis target yang disasar adalah masyarakat Surabaya dan seluruh masyarakat Jawa Timur. Namun, secara spesifik target yang disasar adalah masyarakat yang suka mempelajari hal baru dan berwisata dengan keluarganya.

#### **4.2.3 Positioning**

Menurut Morissan (2010: 72) positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan didalam otaknya, didalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu. Sehingga dalam hal ini, buku wisata Sedati ingin menempatkan dirinya sebagai buku pertama yang memberikan referensi tentang destinasi wisata yang ada di Sedati sebagai upaya destinasi wisata Sidoarjo dimana buku tersebut dilengkapi dengan fitur yang memudahkan pembaca dalam mencari lokasi wisata secara akurat dan cepat menggunakan aplikasi *Google Maps*.

#### **4.3 Unique Selling Proposition (USP)**

*Unique Selling Proporsition* (USP) atau nilai keunggulan adalah segala kelebihan produk atau jasa yang membedakannya dari kompetitor lain, dan ditaksir akan memberikan keuntungan. Atau faktor khas yang dimiliki produk atau jasa yang memiliki daya jual tinggi (Agustrijanto, 2002 : 67).

Keunikan yang dimiliki Buku Wisata Sedati yang membedakannya dari kompetitor adalah :

- a. Menjadi buku pertama yang membahas tentang wisata yang ada di Sedati.
- b. Penggunaan fitur *barcode* yang terhubung dengan *google maps* sehingga lokasi yang dituju akan akurat
- c. Penggunaan teknik fotografi yang dapat menyampaikan kepada pembaca tentang aktivitas dan kondisi pariwisata.
- d. Panduan estimasi biaya dari titik pertama berpergian yaitu stasiun, bandara dan terminal.

#### **4.4 Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*)**

Menurut Sarwono dan Lubis (2007: 18) SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (*reevaluasi*) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul.

Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

Segi kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weakness*) merupakan kondisi internal yang dikandung oleh obyek yang dinilai, sedangkan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) merupakan faktor eksternal. Hasil kajian dari keempat segi ini kemudian disimpulkan, meliputi strategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimalisasi.

Hal-hal yang dikandung oleh empat faktor tersebut disimpulkan menjadi sesuatu yang positif, netral atau minimal dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari:

- a. Strategi PE-KU (S-O) / Peluang dan Kekuatan: Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.
- b. Strategi PE-LEM (W-O) / Peluang dan Kelemahan: Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- c. Strategi A-KU (S-T) / Ancaman dan Kekuatan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.
- d. Strategi A-LEM (W-T) / Ancaman dan Kelemahan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan.

Analisis SWOT dalam perancangan buku wisata Sedati ini akan dijelaskan pada tabel 4.1 dengan menggunakan tabel matriks SWOT yang akan dijabarkan sebagai berikut:

stikom  
SURABAYA



Tabel 4.1 Analisis SWOT

<div>Internal</div> <div>Eksternal</div>	Strengths	Weaknesses
	<p>Buku memiliki peran emosional yang berhubungan dengan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi penghayatan pembaca.</p> <p>Foto memiliki kemampuan menggugah emosional pembaca.</p> <p>Lokasi desa wisata yang dekat dengan bandara internasional juanda.</p> <p>Sedati memiliki potensi wisata yang cukup banyak dan beragam mulai dari wisata buatan, religi, history, kuliner, edukasi hingga wisata belanja.</p> <p>Fitur kode batang yang dapat mempermudah wisatawan untuk megakses lokasi wisata.</p>	<p>Destinasi wisata yang di review pada buku terbatas hanya mencakup wilayah Sedati.</p> <p>Sedati memiliki cukup banyak potensi yang belum terekpose.</p>
Opportunities	S-O	W-O
<p>Belum adanya buku tentang wisata Sedati sehingga dapat menjadi buku pertama yang akan di gunakan untuk pedoman wisatawan jika akan berkunjung ke Sidoarjo.</p> <p>Kurangnya peran pemerintah dalam mengolah potensi yang ada di Sedati</p> <p>Penggunaan kertas dengan kualitas yang cukup bagus sehingga menghasilkan cetakan warna yang menarik.</p>	<p>Merancang buku tentang potensi wisata yang ada Sedati berbasis foto.</p> <p>Merancang buku tentang potensi wisata yang ada di Sedati dengan menggunakan kualitas kertas Felix Schoeller e-pure Alpine White dan fitur kode batang untuk menunjang kualitas buku dan mempermudah wistawan untuk menemukan lokasi wisata.</p>	<p>Mengekspose potensi yang ada di sedati dengan cara merancang buku yang berisi tentang potensi yang ada di Sedati.</p> <p>Merancang media pendukung untuk mengenalkan potensi yang ada di Sedati</p>
Threats	S-T	W-T
<p>Rencana pembangunan tata ruang kota yang mengancam kawasan potensi wisata yang ada di Sedati.</p>	<p>Merancang buku tentang potensi wisata yang ada di Sedati sehingga pemerintah dapat mempertimpangkan pembangunan yang dapat mengancam potensi wisata yang ada di Sedati.</p>	<p>Melakukan promosi baik dari sisi wisatanya maupun dari potensi yang dimiliki Sedati dalam buku wisata Sedati</p>
<p><b>Strategi Utama:</b></p> <p>Mengekspose potensi yang ada di Sedati dengan cara merancang buku tentang potensi yang ada di Sedati berbasis foto dengan menggunakan kualitas kertas yang cukup baik dan fitur kode batang.</p>		

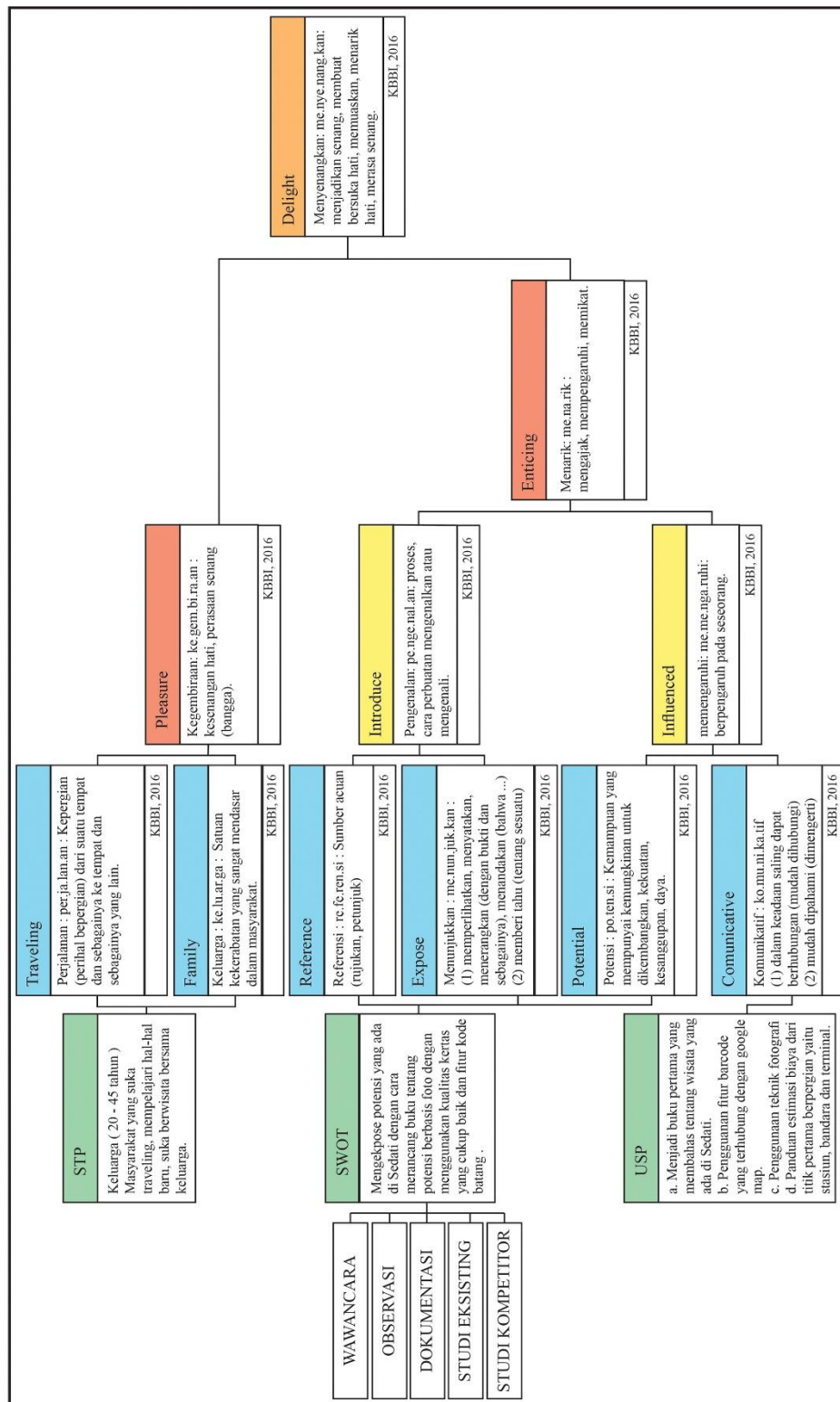
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

#### 4.5 *Keyword*

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dari perancangan buku wisata Sedati dengan teknik fotografi sebagai upaya destinasi wisata Sidoarjo sudah dipilih menggunakan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan *keyword* diambil berdasarkan data yang telah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, studi *eksisting*, dan studi kompetitor.

Masing-masing data dari wawancara, observasi, dokumentasi, studi *eksisting*, dan studi kompetitor dimasukkan ke dalam tabel analisis SWOT kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan teknik analisis SWOT untuk dijadikan sebuah sajian data yang dapat menentukan strategi utama yang digunakan.

Dari hasil data-data yang terkumpul tersebut, kita juga dapat menentukan STP beserta USP yang sesuai untuk objek penelitian ini yaitu buku wisata Sedati. Kemudian hasil data yang diperoleh dari analisis STP, analisis SWOT dan analisis USP akan dipergunakan untuk menentukan sebuah kata kunci (*keyword*). Untuk mengetahui penjabaran secara terperinci dapat dilihat pada penjelasan *keyword* gambar 4.17 berikut ini.



Gambar 4.16 Proses Mencari Keyword (Buku Wisata Sedati)  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

#### 4.5.1 Analisa Keyword

Penentuan *keyword* diambil berdasarkan data yang telah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, studi *eksisting*, dan studi kompetitor yang kemudian dianalisis menjadi STP, USP dan analisis SWOT. Masing-masing dari analisa tersebut kemudian didapatkan kata kunci-kata kunci yang dapat membentuk satu kata kunci atau *keyword* yang digunakan dalam penelitian ini. Kata kunci yang didapat tersebut ialah “*Delight*”, dalam bahasa Indonesia berarti menyenangkan. *Keyword* “*Delight*” didapat dengan mengembangkan beberapa kata kunci yang ditemukan sebelumnya.

Melalui analisa STP, didapatkan target pasar yang dituju oleh wisata Sedati yaitu keluarga dari usia 20-45 tahun, masyarakat yang suka berwisata bersama keluarga, suka *travelling* dan mempelajari hal baru. Untuk mewakili STP dari wisata Sedati maka munculah kata kunci *family* dan *travelling*. Dari kata kunci tersebut kemudian disimpulkan menjadi satu kata kunci yaitu *Pleasure*. Kata *pleasure* disini mengartikan bahwa wisata Sedati dapat membawa kegembiraan karena ketika berlibur dengan seseorang kita dapat merasakan kegembiraan.

Melalui analisa SWOT, potensi wisata Sedati belum semuanya di ketahui masyarakat perlu adanya media untuk memperkenalkan potensi wisata apa saja yang ada di Sedati. Hal ini yang memunculkan strategi utama analisa SWOT yaitu mengekspose potensi yang ada di Sedati dengan cara merancang buku yang berisi tentang potensi yang ada di Sedati, berbasis foto dengan menggunakan kualitas kertas yang cukup baik dan fitur kode batang. Sehingga perlu adanya pembuatan media untuk mengenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh Sedati. Oleh sebab

itulah muncul beberapa kata kunci seperti *reference*, *expose* dan *potential* sebagai gambaran dari strategi utama. *Reference* memiliki arti referensi dimana dimaksudkan buku ini dapat menjadi referensi bagi wisatawan yang akan berlibur ke Sidoarjo dan *Expose* memiliki arti menunjukkan dimana didalam buku yang akan dirancang akan mengulas tentang potensi yang dimiliki Sedati, kemudian *Reference* dan *Expose* disimpulkan kedalam satu kata kunci yang lebih mewakilinya yaitu *Introduce* atau pengenalan. Hal ini karena diperlukan adanya kemampuan untuk menunjukkan atau mengenalkan potensi yang dimiliki Sedati.

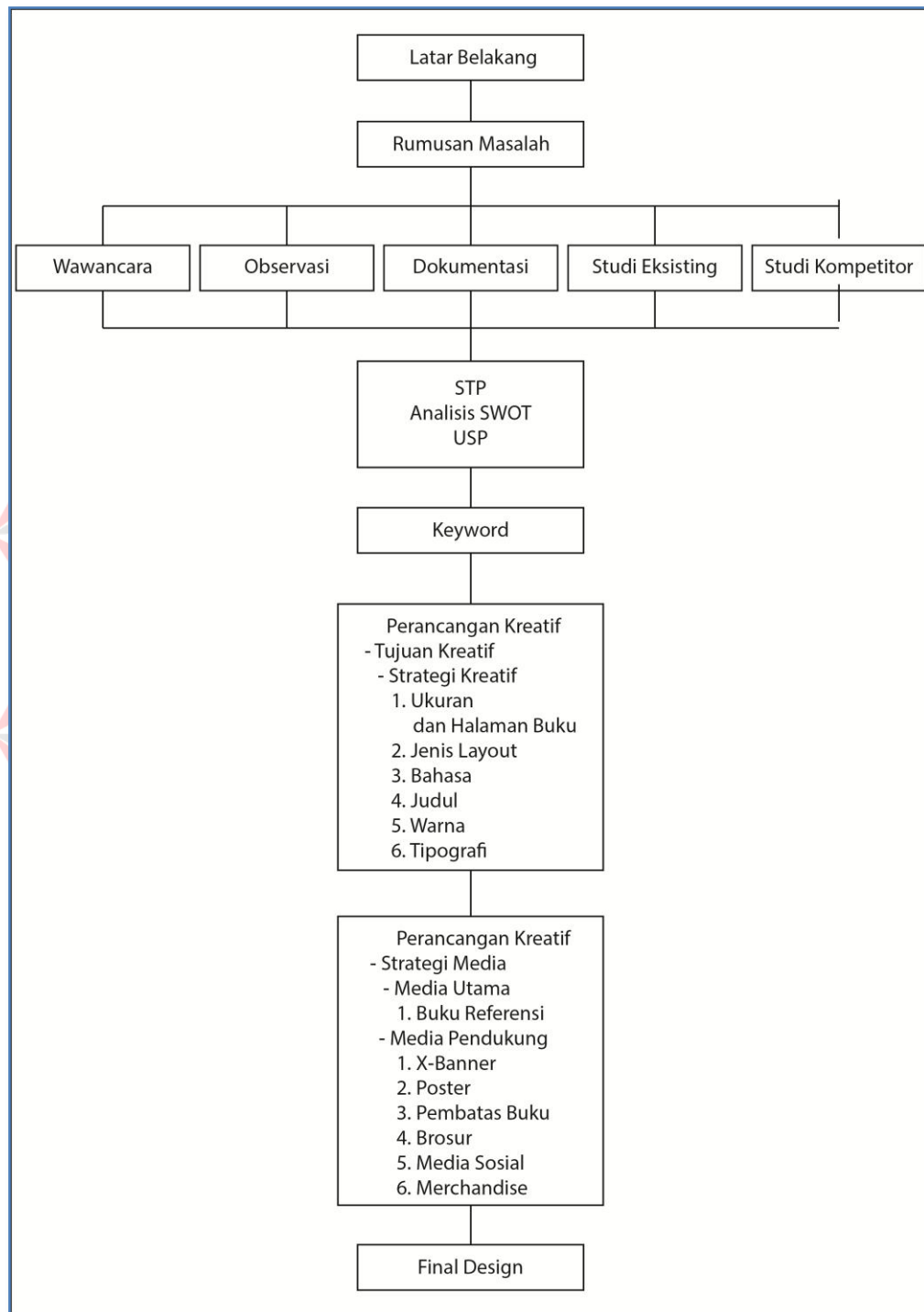
Kemudian dari analisa USP, diperoleh beberapa keunikan yang dimiliki oleh buku wisata Sedati yaitu menjadi buku pertama yang membahas tentang potensi yang dimiliki oleh Sedati, penggunaan fitur barcode yang terhubung dengan google map, penggunaan teknik fotografi, panduan estimasi biaya dari titik pertama berpergian yaitu stasiun, bandara dan terminal. Untuk mewakili keunikan tersebut, maka muncullah kata kunci *Communicative* dalam bahasa Indonesia dapat diartikan menjadi komunikatif, kata kunci komunikatif muncul karena dalam perancangan buku wisata Sedati diharapkan dapat menjadi buku bisa menyampaikan pesan yang diinginkan sehingga dapat dimengerti oleh pembaca. Penggabungan antara *Potential* dan *Communicative* akan menghasilkan kata *Influenced* yang dapat diartikan menjadi mempengaruhi karena dengan pembuatan media buku kita dapat mempengaruhi pembaca untuk berwisata ke Sedati. Penggabungan antara *Introduce* dan *Influenced* akan menghasilkan kata *Enticing* yang dapat diartikan menarik, dalam membuat media untuk mengenalkan potensi wisata Sedati memerlukan suatu teknik untuk bisa menarik perhatian pembaca.

Dari beberapa kata kunci yang berhasil ditemukan yaitu *Pleasure* dan *Exciting* kemudian dikerucutkan sehingga mendapat satu kata kunci utama yang mampu mewakili dari keseluruhan konsep perancangan ini yaitu “*Delight*” yang memiliki arti menyenangkan.

#### **4.6 Deskripsi Konsep**

Dari hasil analisis final *keyword*, maka konsep dari perancangan ini adalah “*Delight*”. Dalam bahasa Indonesia “*Delight*” memiliki arti menyenangkan, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyenangkan memiliki arti menjadikan senang; membuat bersuka hati; memuaskan; menarik (hati); merasa senang. Oleh karena itu, *keyword* ini dirasa sangat sesuai dengan konsep yang akan digunakan dalam “Perancangan Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Destinasi Wisata Sidoarjo”, sehingga pada perancangan buku wisata Sedati akan menggunakan desain dengan konsep menyenangkan seperti halnya pada warna dan karakter *font*, dengan konsep desain menyenangkan pada buku diharapkan dapat menggugah perasaan pembaca sehingga dapat mempengaruhi pembaca untuk pergi berwisata ke Sedati.

#### 4.7 Alur Perancangan Karya



Gambar 4.17 Alur Perancangan Karya

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

## **4.8 Perancangan Kreatif**

### **4.8.1 Tujuan Kreatif**

Perancangan buku wisata merupakan sesuatu yang sangat penting untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Sedati. Tujuannya adalah untuk mengenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh Sedati melalui perancangan media buku dengan teknik fotografi. Media pendukung untuk menunjang perancangan buku wisata Sedati meliputi buku fotografi, brosur, x-banner, *merchandise*, dan media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah konsep yang matang sehingga menghasilkan buku wisata yang baik sesuai tujuan.

Perancangan buku wisata nantinya akan didasarkan pada *keyword* yang telah didapatkan sebelumnya yaitu “*Delight*”. Dengan menggunakan *keyword* “*Delight*”, diharapkan dapat dijadikan acuan dalam membuat visualisasi yang dapat menyampaikan maksud dan tujuan yang sesuai dalam perancangan buku wisata Sedati yaitu untuk mengenalkan potensi wisata yang dimiliki Sedati yang belum terekspose.

### **4.8.2 Strategi Kreatif**

Dalam penciptaan buku fotografi wisata Sedati ini tentunya diperlukan sebuah strategi kreatif agar masyarakat mengetahui tentang potensi wisata di Sedati. Selain itu dengan menggunakan bahasa yang verbal untuk *headline* dan *bodycopy* yang disusun dengan tatanan huruf dan penggunaan warna yang sesuai dengan konsep serta pemilihan *layout* dengan komposisi yang tepat pada letak dan penempatannya, diharapkan dapat menunjang daya tarik dari buku ini. Selain itu



pembaca juga dimudahkan dengan fitur-fitur menarik untuk menunjang kemudahan pembaca dalam mencari letak lokasi wisata tertentu secara cepat dan akurat menggunakan aplikasi *google street view* yang kode batangnya bisa dipindai melalui aplikasi *barcode scanner* dan lokasi terletak pada masing-masing halaman buku yang sedang membahas tentang wisata tersebut.

Ada pun penjabaran dari masing-masing lokasi wisata merupakan strategi kreatif yang akan diterapkan pada buku ini, yaitu:

#### 1. Ukuran dan Halaman Buku



Jenis buku	: Buku referensi, Fotografi, Wisata Sedati
Dimensi buku	: 23,5cm x 19 cm
Jumlah halaman	: 47 halaman
Gramatur ini buku	: 190gr
Gramatur cover	: 150gr + laminasi <i>glosy</i>
Finishing	: <i>Hard Cover</i>

Dalam perancangan buku fotografi wisata Sedati ini menggunakan dimensi 23,5cm x 19cm dengan posisi horizontal/*landscape*. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan agar foto yang disematkan dalam buku ini mempunyai keleluasaan dalam penampilan gambar serta penempatannya karena foto yang digunakan mayoritas akan berorientasi *landscape*. Untuk pembagian porsi dalam buku ini 75% diisi dengan foto dan 25% untuk informasi dari destinasi wisata yang ada di Sedati. Pertimbangannya adalah, suguhan utama dari buku ini adalah memang dari segi visualnya. Dengan begitu, diharapkan dapat menambah daya tarik buku ini. Disisi lain buku ini ditujukan untuk memberikan referensi terkait objek yang diteliti.

Maka, informasi yang disajikan bersifat padat dan lugas pada hal-hal yang penting saja. Adapun informasi yang dicantumkan adalah nomor telepon, jam operasional, Kisaran Harga, fasilitas, dan lokasi yang ditunjang dengan *barcode* untuk disambungkan dengan aplikasi *google maps*.

## 2. Jenis *Layout*

Jenis *layout* yang digunakan dalam buku ini mengadaptasi dari jenis *layout* yang digunakan pada iklan cetak. Mengacu pada konsep “*Delight*”, maka jenis *layout* untuk buku panduan ini adalah *mondrian layout* dan *informal balance layout* karena jenis *layout* ini memungkinkan penggunaan gambar dengan porsi yang lebih dominan. Sebuah gambar memberi fokus perhatian sekaligus menyenangkan bagi mata kita. Gambar juga lebih mudah diingat ketimbang kata-kata (Musrofi, 2007:37).

### a. Mondrian Layout

Layout ini penyajian tata letaknya mengacu pada bentuk-bentuk *square/landscape/portrait*. Masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian serta memuat gambar yang saling berpadu sehingga membentuk komposisi yang konseptual.

### b. Informal Balance Layout

Jenis *layout* ini penyajian informasinya dengan menggunakan tata letak yang menampilkan elemen visual dengan menggunakan perbandingan yang tidak seimbang. Dengan penggunaan foto yang hampir memenuhi isi halaman dengan berisi teks yang pendek akan membentuk komposisi yang dinamis.

### 3. Judul

Headline atau judul untuk buku fotografi wisata Sedati ini adalah “Pesisir 9”. Kata ini dipilih berdasarkan dari pertimbangan ciri khas Sedati yang letaknya di dekat laut yang dapat dinamakan daerah pesisir, selain itu Sedati sangat terkenal dengan daerah pesisirnya. Angka 9 didapat dari jumlah wisata yang dibahas didalam buku.

Sedangkan untuk sub headline yang dipakai adalah “*Explore of Sedati*”. Kata-kata tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan potensi wisata yang dimiliki Sedati yang belum terekspose sehingga kita perlu menunjukkan potensi yang dimiliki Sedati dengan cara menjelajah daerah Sedati. Penggunaan bahasa Inggris ini dipilih karena target audiens dari buku ini adalah kelas menengah sampai menengah ke atas. Dimana dengan tingkat pendidikan yang dimilikinya dirasa tidak akan terkendala untuk memahami maksud dari kata tersebut.

### 4. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam buku ini adalah bahasa Indonesia, dengan kosakata pilihan yang mampu mempersuasif dan mudah dipahami oleh target audiens.

### 5. Warna

Pemilihan warna yang digunakan pada perancangan buku wisata Sedati adalah yang sesuai dengan konsep “*Delight*”. Oleh sebab itu, dengan menggunakan warna-warna yang menunjukkan kesan “menyenangkan (*Delight*)”, maka penulis menggunakan karakter keceriaan, kealamian dan warna yang diharapkan dapat

menunjukkan identitas Sedati yang menyenangkan sebagai tempat wisata pilihan keluarga.




Sebagai tempat wisata, Sedati merupakan salah satu kecamatan dari Sidoarjo yang memiliki cukup banyak potensi wisata dimana sebagian besar tempat wisata tersebut belum dikenal masyarakat. Selain itu wisata yang ada di Sedati merupakan tempat wisata yang cocok untuk keluarga sebagai tempat melepas penat.

Oleh karena itu, warna orange diambil untuk mewakili ciri dari wisata Sedati. Dalam psikologi warna, warna oranye memberikan kesan menyenangkan, semangat, keinginan dan kehangatan. Selain itu, warna oranye merupakan warna yang paling menyolok (Sanyoto, 2009: 57).

Potensi wisata yang ada di Sedati tergabung dari berbagai macam wisata dengan karakteristik wisata yang berbeda. Sehingga warna hijau dirasa dapat mewakili karakteristik wisata tersebut. Dalam psikologi warna, warna hijau memberikan kesan segar, kesuburan, kealamian, serta warna hijau lebih netral pengaruh emosinya, sehingga cocok untuk istirahat (Sanyoto, 2009: 55).

Kemudian juga diambil warna kuning yang melambangkan keceriaan, kegembiraan, persahabatan dan kehidupan (Sanyoto, 2009: 54). Warna kuning diambil dengan pertimbangan bahwa wisata Sedati akan menjadi pilihan tempat wisata yang menyenangkan dan berkesan bagi keluarga atau rombongan yang telah berkunjung ke sana.

Sehingga warna yang digunakan untuk konsep perancangan buku wisata Sedati adalah warna yang alami dan ceria yang didominasi warna orange, hijau dan kuning seperti yang ditunjukkan pada gambar.

								
#f7ec07	C = 7	R = 247	#fbaa1b	C = 0	R = 251	#37b451	C = 75	R = 55
	M = 0	G = 236		M = 38	G = 170		M = 0	G = 180
	Y = 97	B = 15		Y = 99	B = 27		Y = 95	B = 81
	K = 0			K = 0			K = 0	

Gambar 4.18 Warna Primer Terpilih

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

## 6. Tipografi

Untuk pemilihan *typeface* yang diaplikasikan pada beberapa media nantinya didasarkan pada sebuah pertimbangan kesesuaian jenis *typeface* dengan konsep yang ditentukan, kemudian pemilihan *typeface* ini dipengaruhi oleh faktor *legibility*. Proses dalam penentuan tipografi ini melalui konsultasi kepada dosen pembimbing dan hasil dari hasil konsultasi dosen pembimbing dan dari *keyword* yang telah dilakukan peneliti.



Gambar 4.19 *Typeface* “Bunya” yang Terpilih Sebagai *Logotype*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Oleh karena itu untuk pemilihan jenis *typeface* untuk *logotype* berjenis huruf sans serif yaitu font “Bunya” yang ditunjukkan pada gambar 4.18. jenis huruf diimplementasikan didalam setiap desain untuk memperkuat konsep “*Delight*”

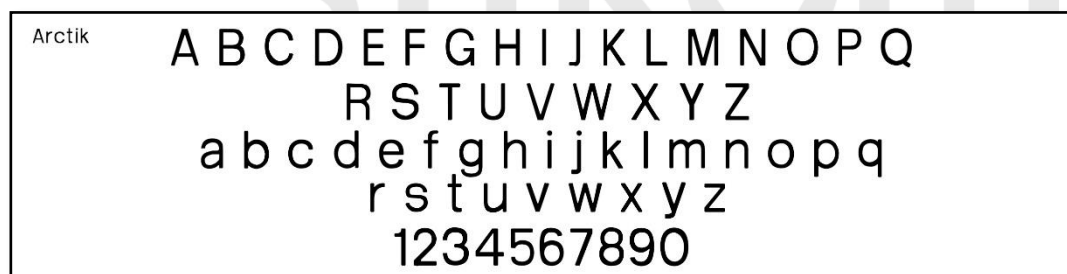
dimana konsep ini mengarah kepada suasana menyenangkan, nyaman dan kehangatan keluarga dalam menikmati wisata yang ada di Sedati. Pemilihan jenis *typeface* pada logo dan caption berdasarkan pertimbangan bahwa huruf *sans serif* memberikan kesan nyaman, tenang dan santai (Rustan, 2011: 108).



Gambar 4.20 *Typeface* “Pacifico” yang Terpilih Sebagai *caption*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Sedangkan untuk pemilihan *font* dengan karakter sedikit melengkung adalah untuk memadupadankan *font sans serif* yang terlihat tegas dan kaku dengan *font pacifico* yang mempunyai karakter melengkung agar terlihat seimbang.



Gambar 4.21 *Typeface* “Arctik” yang Terpilih Sebagai *bodycopy*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Penggunaan *typeface* pada *teks bodycopy*, juga dipilih huruf berjenis *sans serif* yang ditunjukkan pada gambar 4.20. Font yang dipilih adalah “Arctik”. Seperti

yang telah dijelaskan sebelumnya pertimbangan untuk memilih “Arctik” ini dipilih berdasarkan *legibility* yang tinggi, selain itu memiliki karakteristik yang kuat serta potensi penggunaan yang tak terbatas sehingga mampu menyampaikan pesan secara komunikatif.

#### 4.8.3 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah buku referensi dalam perancangan ini, Sedangkan media pendukung adalah media yang digunakan untuk membantu publikasi media utama yang sudah dirancang. Berikut media yang digunakan:

a. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini tidak lain adalah buku wisata Sedati. Media ini dipilih karena media buku dapat memuat informasi yang lengkap dan tidak lekang oleh zaman. Buku ini dirancang dengan konsep dari *keyword* yang sudah didapatkan yaitu “*Delight*”. Isi dari buku ini mengutamakan konten visualnya yaitu dengan menyuguhkan foto-foto yang diambil dengan menggunakan teknik photography Landscape. Selain itu, di dalam buku ini juga terdapat beberapa fitur yang berguna untuk memudahkan pembaca dalam menentukan destinasi wisata yang ingin dikunjungi.

b. Media Pendukung

1. X-banner

Media ini sangat *eye catching* mengingat ukurannya yang cukup besar. Apabila diolah dengan baik, media ini dapat memancing target audiens untuk mendekat dan membuat penasaran saat pameran atau *launching* buku ini berlangsung. Ukuran yang dipakai adalah 160cm x 60cm dicetak dengan *digital printing* berbahan albatros.

2. Brosur

Media ini efektif untuk mempromosikan produk yang dimiliki dengan lebih terperinci. Media ini dapat memuat informasi lebih detail mulai dari kontak, gambar, sampai pada spesifikasi produk.

3. Poster

Media ini umum digunakan dalam mempromosikan suatu produk karena cukup efektif. Poster yang dibuat dalam perancangan ini berukuran A3 dan dicetak menggunakan *digital printing* dengan bahan *art paper* 150gr.

4. Merchandise

*Merchandise* merupakan media yang diperlukan untuk dapat menarik perhatian audiens terhadap keberadaan buku ini. Jenis merchandise yang akan digunakan berupa stiker, pin, gantungan kunci, pembatas buku dan *notes* kecil.

5. Media Sosial

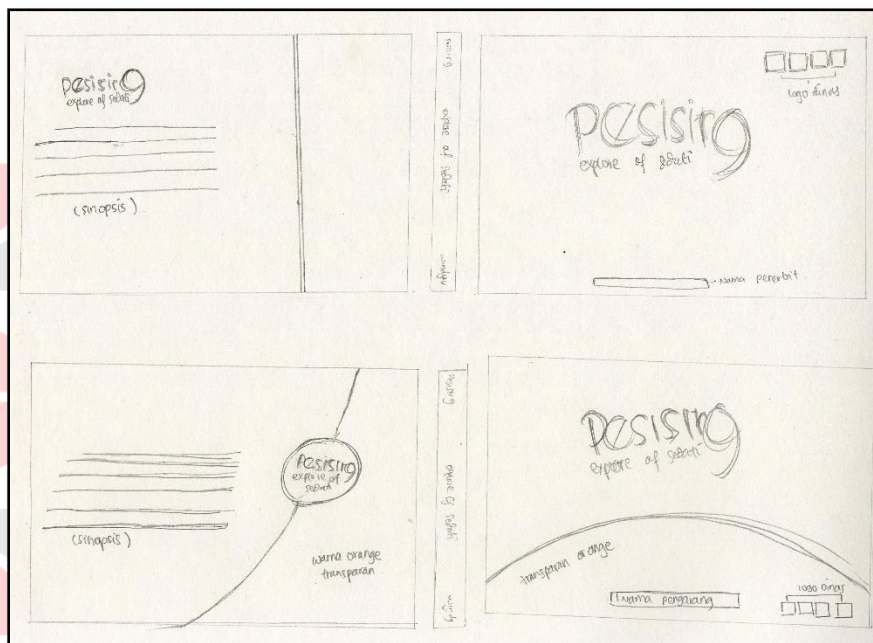
Sebagai salah satu media untuk memberikan informasi, membagikan pengalaman serta foto kegiatan menarik yang dilakukan di wisata Sedati. Selain



itu dapat dilakukan komunikasi dua arah antara pemilik dan pengunjung. Media sosial yang digunakan yaitu instagram.

## 4.9 Perancang Karya

### 4.9.1 Cover Buku

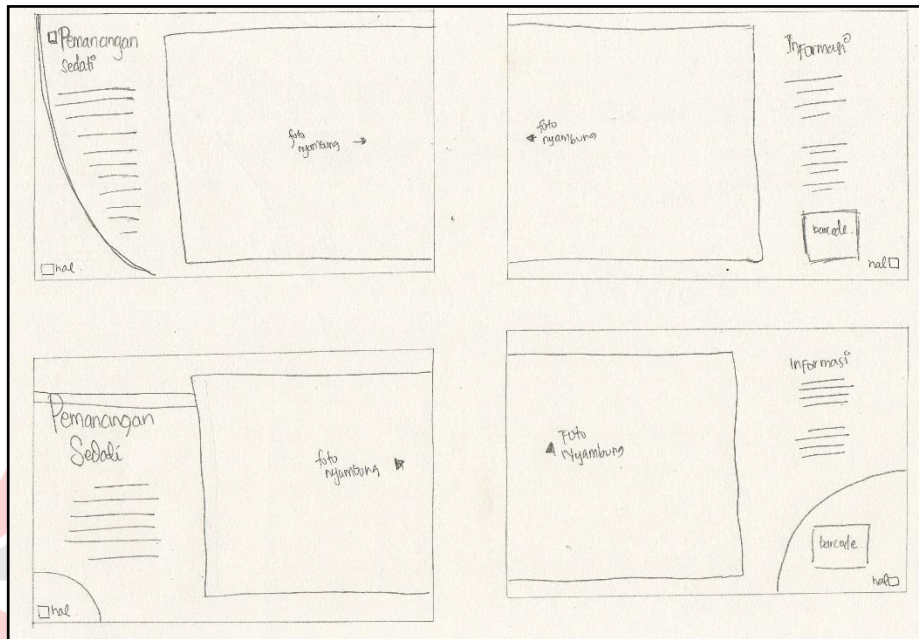


Gambar 4.22 Sketsa Alternatif Cover Buku

Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar diatas terdapat hasil sketsa yang sudah dipilih yaitu sketsa nomor 1 (atas). Komposisi foto diatur memenuhi seluruh halaman lalu judul berada ditengah halaman dan ditulis menggunakan dengan *font* Bunya seperti yang telah ditunjukkan pada strategi kreatif sebelumnya.

#### 4.9.2 Halaman isi Bab

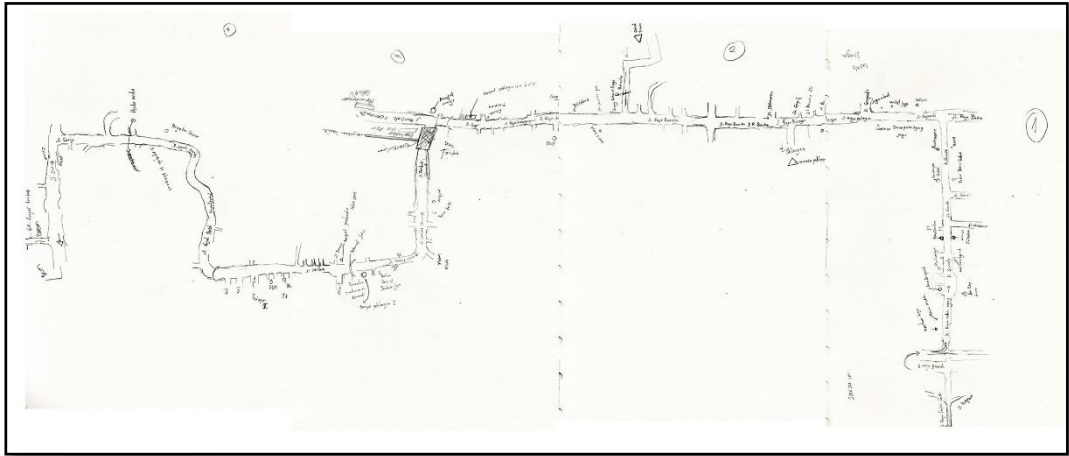


Gambar 4.23 Sketsa Alternatif *layout* isi buku

Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar diatas merupakan sketsa beberapa *layout* yang akan dipakai untuk isi buku. Jenis *layout* yang dipakai adalah Mondrian *layout* dimana gambar dan tulisan saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual. Selain itu juga Informal *balance layout* dimana penggunaan foto yang hampir memenuhi isi halaman dengan berisi *teks* yang pendek akan membentuk komposisi yang dinamis.

#### 4.9.3 Halaman *Maps*

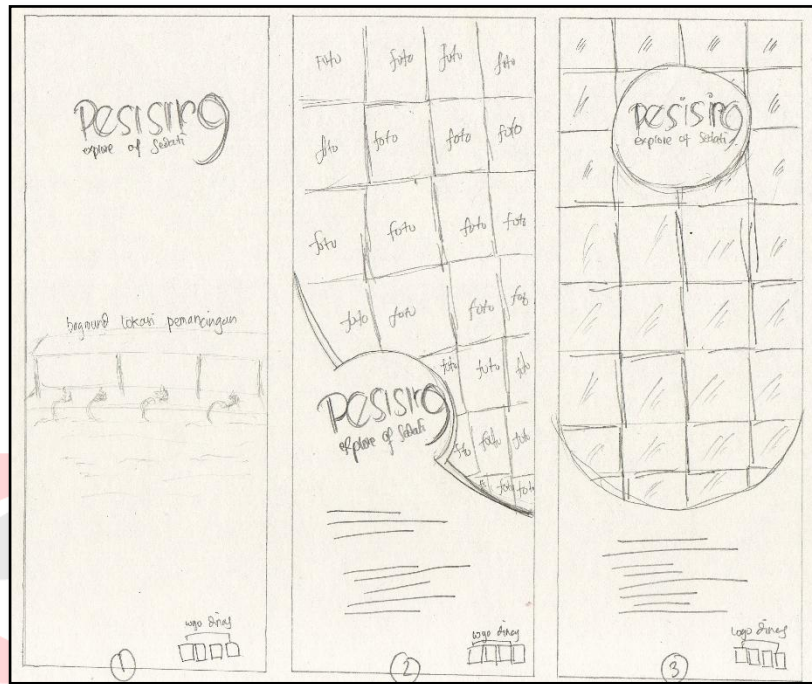


Gambar 4.24 Sketsa *maps* Sedati

Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar diatas merupakan sketsa *maps* jalan Sedati dimana pada maps tersebut di tunjukkan lokasi wisata yang di bahas di buku wisata. *Maps* diletakkan didepan halaman, penempatan *maps* dihalaman pertama berfungsi sebagai panduan bagi wisatawan yang ingin berlibur ke tempat wisata yang mana terlebih dahulu.

#### 4.9.4 X - Banner

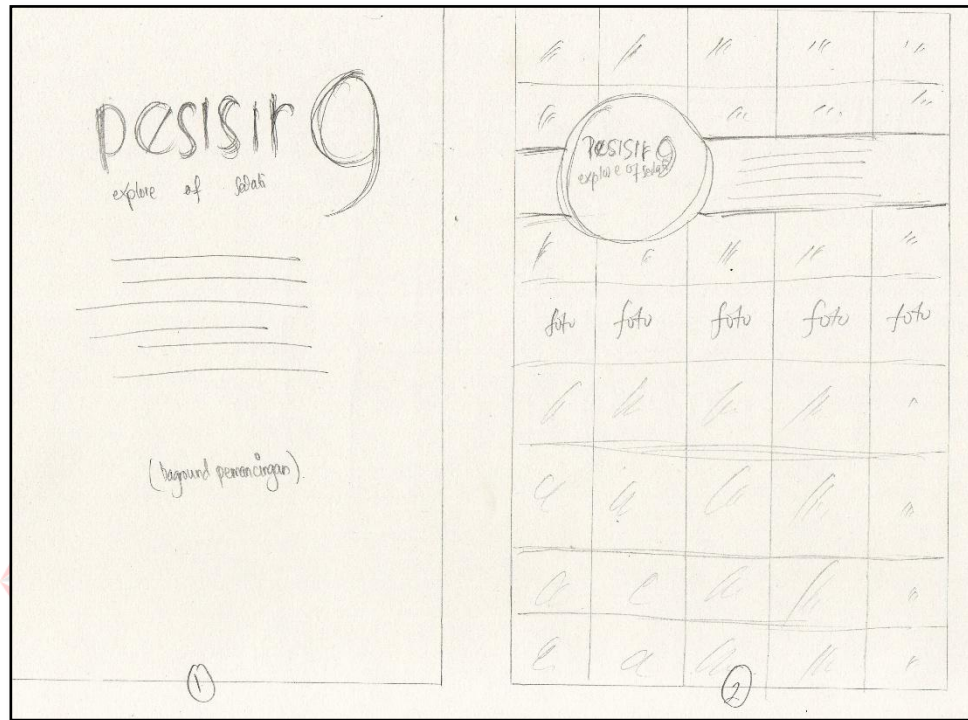


Gambar 4.25 Sketsa Alternatif X-Banner

Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar diatas merupakan sketsa X-banner wisata Sedati dimana dipilihlah nomor 2 sebagai desain yang harus di implementasikan. Pembuatan X-banner dirasa cukup penting karena untuk menarik pembaca. Oleh sebab itu X- banner harus di buat semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat.

#### 4.9.5 Halaman Poster



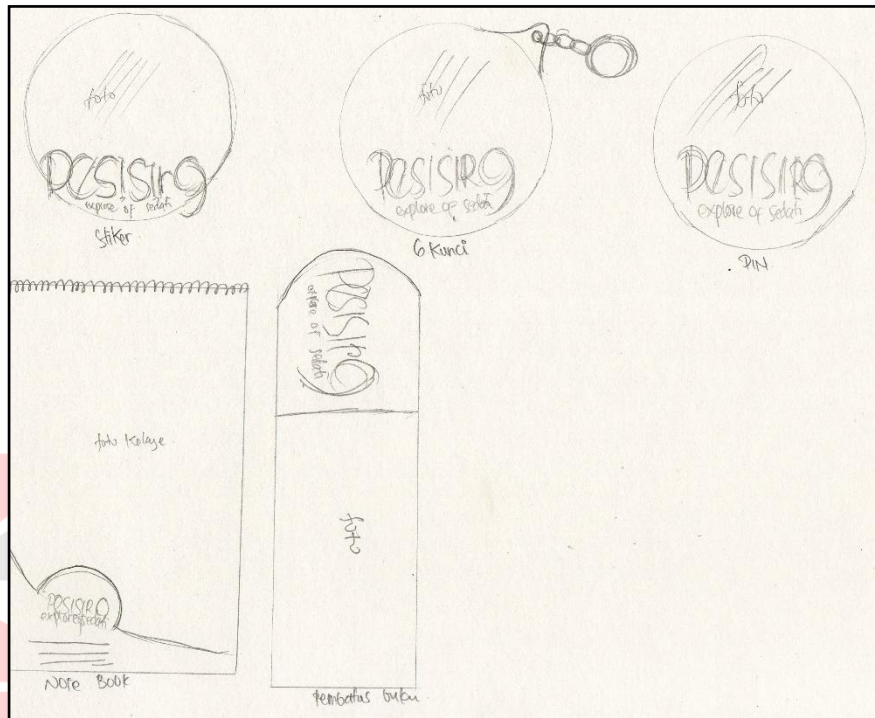
Gambar 4.26 Sketsa Alternatif Poster

Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar diatas merupakan sketsa poster dimana di dalam poster tersebut akan menampilkan kolase foto-foto wisata yang akan di *review* dibuku wisata. Supaya menarik poster diberi tulisan yang berisi tentang potensi yang ada di sedate.



#### 4.9.6 Halaman *Merchandise*



Gambar 4.27 Sketsa *Merchandise*

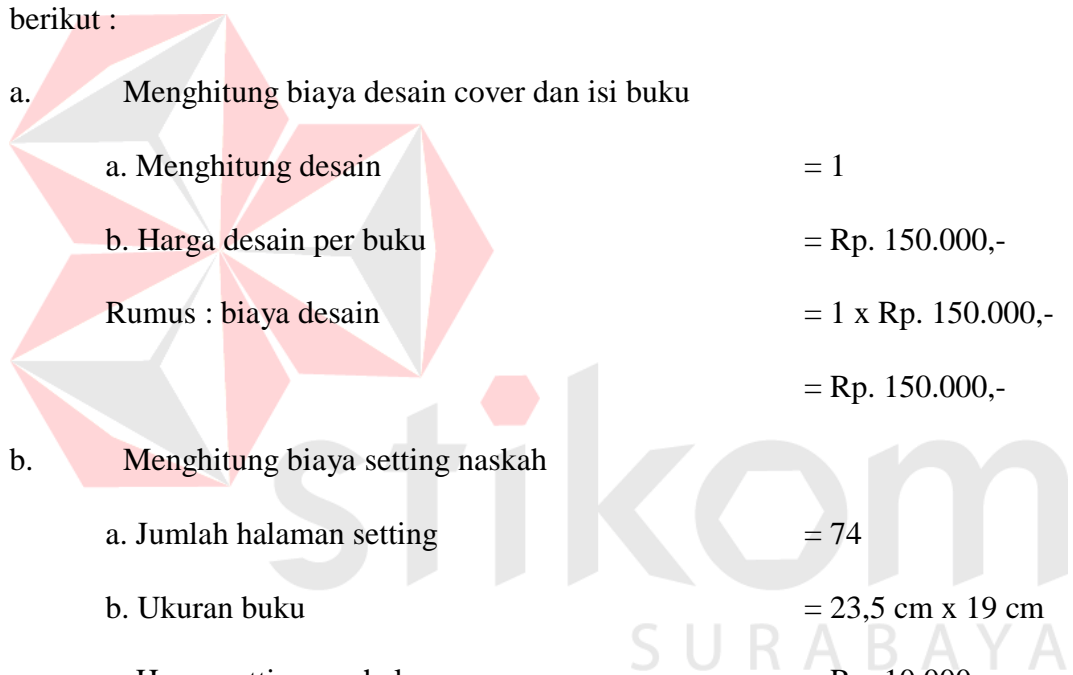
Suber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar diatas merupakan sketsa *Merchandise* dimana terdapat Pin, gantungan kunci, *note book*, pembatas buku dan stiker. Pin, gantungan kunci dn stiker memiliki desain yang hamper sama yaitu menggunakan foto lokasi dan judul buku, sedangkan *notebook* memiliki desain yang hamper sama dengan x-banner.

## 4.10 Sistem Produksi Buku

### 4.10.1 Biaya Produksi Buku

Penulis telah melakukan wawancara dengan pihak percetakan Bushido Indonesia untuk mengetahui informasi biaya produksi sebuah buku yang akan dijual dalam jumlah banyak. Setelah melalui proses diskusi terhadap konsep dan spesifikasi buku yang akan dikerjakan, adapula rumus-rumus yang harus diperhitungkan dalam menentukan Harga Pokok Produksi Cetak Buku, sebagai berikut :

- 
- a. Menghitung biaya desain cover dan isi buku
- a. Menghitung desain = 1
  - b. Harga desain per buku = Rp. 150.000,-
  - Rumus : biaya desain = 1 x Rp. 150.000,-
  - = Rp. 150.000,-
- b. Menghitung biaya setting naskah
- a. Jumlah halaman setting = 74
  - b. Ukuran buku = 23,5 cm x 19 cm
  - c. Harga setting per halaman = Rp. 10.000,-
  - Rumus : biaya setting per halaman = 74 x Rp. 10.000,-
  - = Rp. 740.000,-
- c. Menghitung biaya pemrosesan output film separasi warna (full colour)
- a. Jumlah model = 1
  - b. Ukuran buku = 23,5 cm x 19 cm
  - c. Harga pembuatan per cm<sup>2</sup> = Rp. 45,-

$$\text{Rumus : biaya} = (23,5 \times 19) \times 4 \times \text{Rp. 45,-} = \text{Rp. 64.800,-}$$

d. Menghitung biaya pemrosesan film negatif dan positif

$$\text{a. Jumlah halaman} = 74$$

$$\text{b. Ukuran buku} = 23,5 \text{ cm} \times 19 \text{ cm}$$

$$\text{c. Harga pembuatan film B/W} = \text{Rp. 30,-}$$

Rumus : biaya pemrosesan film B/W

$$4 \times 22 \times 74 \times \text{Rp. 30,-/cm}^2 = \text{Rp. 195.360,-}$$

$$\text{Rp. 195.360,-} \times 4 \text{ warna} = \text{Rp. 781.440,-}$$

e. Menghitung biaya montage cover dan isi buku

$$\text{a. Jumlah halaman buku} = 74 \text{ halaman}$$

$$\text{b. Jumlah halaman Per-montage} = 4 \text{ halaman}$$

$$\text{c. Jumlah montage cover} = 4 \text{ (film)}$$

$$\text{d. Harga montage cover} = \text{Rp. 22.500,-}$$

$$\text{e. Harga montage isi} = \text{Rp. 45.000,-}$$

$$\text{Rumus : Jumlah motage isi} = 74 : 4$$

$$= 19 \text{ lembar film}$$

Biaya montage cover dan isi buku

$$(4 \times \text{Rp.22.500,-}) + (19 \times \text{Rp.45.000,-}) = \text{Rp. 945.000,-}$$

f. Menghitung biaya plate cover buku

$$\text{a. Jumlah plate cover} = 4 \text{ lembar}$$

b. Ukuran maksimum cetak naik dimesin

$$\text{c. Harga per-lembar untuk GTOV} = \text{Rp. 35.000,-}$$

$$\text{Rumus : biaya plate cover} = 4 \times \text{Rp. 35.000,-} = \text{Rp. 140.000,-}$$



g. Menghitung biaya plate isi buku

a. Jumlah plate isi buku = 19 lembar

b. Ukuran maksimum cetak dimesin 72

c. Harga / lembar = Rp. 150.000,-

Rumus : biaya plate isi = 19 x Rp. 150.000,- = Rp. 2.850.000,-

h. Menghitung biaya kertas cover buku

a. Oplah cetak = 1.000 eks

b. Inschiet = 3 %

c. AP 150 gr plano/rim = Rp. 550.000,-

d. Jumlah hal. dalam 1 lbr kertas plano = 6 halaman

Rumus : biaya kertas cover buku

$$\frac{1.000 \times \text{Rp. } 550.000,- \times 3\%}{8 \times 500} = \text{Rp. } 4.125,-$$

i. Menghitung biaya kertas isi buku

a. Oplah cetak = 1.000 eks

b. Jumlah halaman = 74 halaman

c. Inschiet = 3%

d. AP 150 gr plano/rim = Rp. 550.000,-

e. Jumlah hal. dalam 1 lbr kertas plano = 32 halaman

Rumus : biaya kertas isi buku

$$\frac{1.000 \times \text{Rp. } 550.000,- \times 30 \times 3\%}{32 \times 500} = \text{Rp. } 30.937,-$$

j. Menghitung biaya percetakan (ongkos cetak) cover buku

- a. Warna cover = 4
- b. Inschiet = 3%
- c. Jumlah plate cetak cover = 4 lembar
- d. Ongkos cetak per lintasan = Rp. 120.-
- e. Oplah cetak = 1.000 eks

Rumus : biaya pencetakan cover

$$4 \times \text{Rp. 120,-} \times 1.000 \times 3\% = \text{Rp. 1.440.000,-}$$

k. Menghitung biaya percetakan (ongkos cetak) isi buku

- a. Warna isi = 1/1
- b. Inschiet = 3%
- c. Jumlah plate cetak isi = 8 lembar
- d. Ongkos cetak per lintasan = Rp. 55.-
- e. Oplah cetak = 1.100 eks

Rumus : biaya pencetakan isi

$$8 \times \text{Rp. 55,-} \times 1.000 \times 3\% = \text{Rp. 1.320.000,-}$$

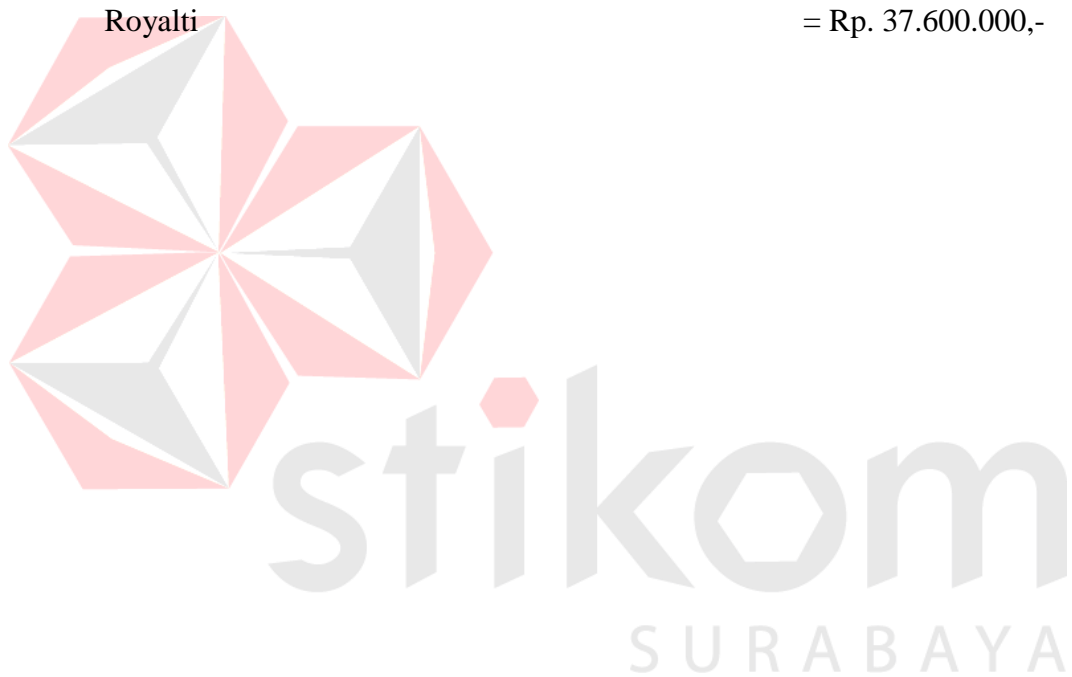
l. Menghitung biaya pelipatan katern

- a. Jumlah halaman = 74
- b. Jumlah katern = 5
- c. Ongkos pelipatan/katern = Rp. 50,-
- d. Oplah cetak = 1.000 eks

$$\text{Rumus : biaya pelipatan } 5 \times 1.000 \times \text{Rp.50,-} = \text{Rp. 250.000,-}$$

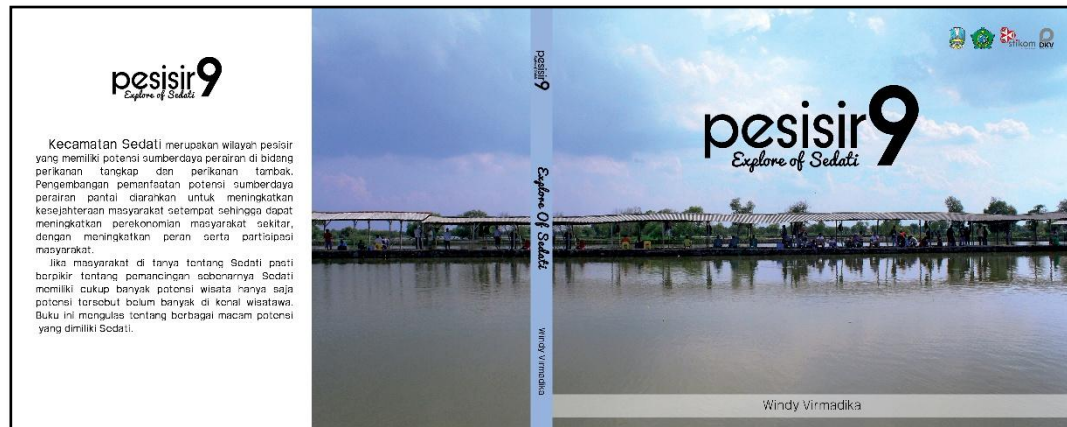
- m. Menghitung biaya komplit katern
- a. Oplah cetak = 1.000 eks
- b. Biaya komplit per-buku = Rp. 25,-
- Rumus : biaya komplit buku = 1.000 x Rp. 25,- = Rp. 25.000,-
- n. Menghitung biaya jilid lem
- a. Oplah cetak = 1.000 eks
- b. Biaya penjilidan lem buku = Rp. 75,-
- Rumus : biaya penjilidan lem buku
- 1.000 x Rp. 75,- = Rp. 75.000,-
- o. Menghitung biaya/ongkos potong buku
- a. Oplah cetak = 1.000 eks
- b. Biaya potong per-buku = Rp. 25,-
- Rumus : biaya potong buku = 1.000 x Rp. 25,- = Rp. 25.000,-
- p. Menghitung biaya pengepakan
- a. Oplah cetak = 1.000 eks
- b. Jumlah buku dalam 1 pack = 250
- c. Ongkos pengepakan termasuk casing = Rp. 10.000,-
- Rumus : biaya pengepakan
- $$\frac{1.000 \times \text{Rp.}10.000,-}{250} = \text{Rp.} 40.000,-$$
- q. Jumlah seluruh biaya ( a s/d p ) = Rp. 8.631.302,-
- r. Margin keuntungan ( 20% ) = Rp. 1.726.260,-
- s. Jumlah biaya ( q-r ) = Rp. 10.357.562,-
- t. Ppn + Pph ( 10% ) = Rp. 1.035.756,-

u.	Jumlah keseluruhan	= Rp. 11.393.318,-
v.	Harga per buku / Hpp ( Jumlah biaya : Oplah )	
	Rp. 11.393.318,- : 1.000 eks	= Rp. 11.393,-/eks
	Dijual	= Rp. 49.000,-
	Keuntungan	= Rp. 37.600,-
	Total keuntungan	= Rp. 37.600,- x
		1.000,- eks
	Royalti	= Rp. 37.600.000,-



## 4.11 Implementasi Karya

### 4.11.1 Desain Cover

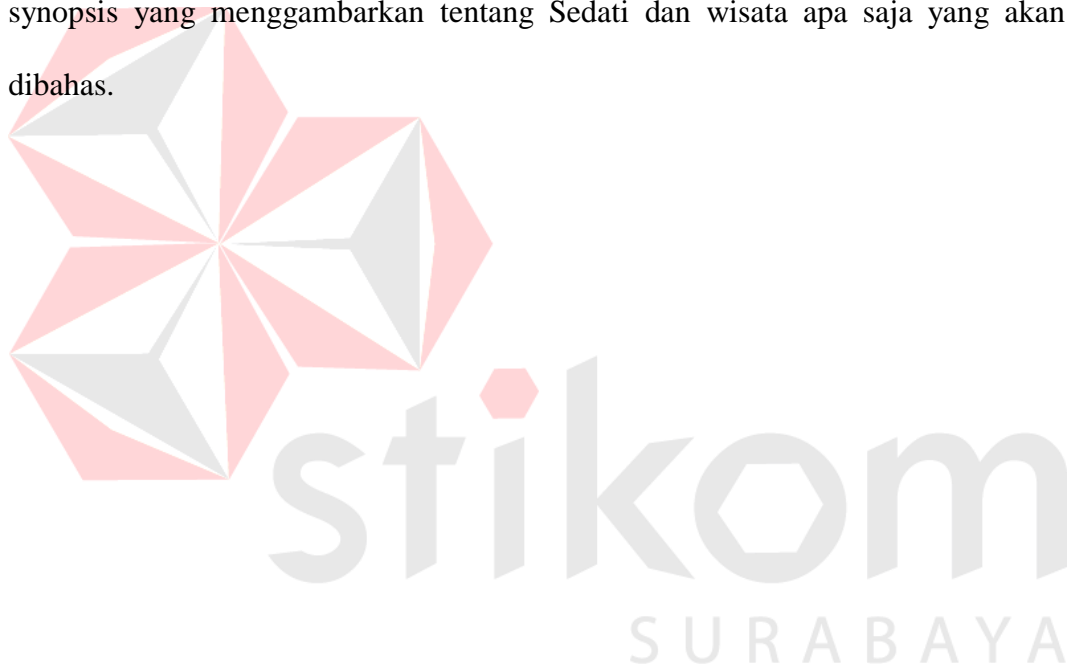


Gambar 4.28 Desain Cover Depan dan Belakang

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Desain *cover* buku wisata Sedati adalah terdapat foto pemancingan Sedati pada *background*, penggunaan foto ini karena Sedati banyak dikenal masyarakat dari wisata pancingnya. Ditinjau dari segi nama pada cover buku menggunakan nama pesisir dengan angka sembilan yang lebih besar dan *tagline* *Explore of Sedati*. Daerah pesisir merupakan wilayah yang dekat dengan laut dan kebanyakan warganya memunyai matapencaharian sebagai nelayan ataupun pencari ikan. Penggunaan kata pesisir pada *cover* buku karena Sedati merupakan daerah bagian pesisir, jenis font yang dipakai pada kata pesisir adalah *font* bunya dimana font tersebut termasuk jenis *font sans serif* yang dapat memberikan tegas, nyaman, tenang dan santai sehingga cocok dengan konsep yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu “*Delight*”. Angka 9 didapat dari jumlah potensi wisata yang dibahas dibuku wisata Sedati, dimana terdapat 9 jenis wisata yang bisa dikunjungi wisatawan. Penggunaan *font* pada angka 9 dibuat sendiri dengan memadupadankan

dengan *font* bunya agar terlihat menyatu dan memiliki kesan yang sama yaitu tegas, nyaman, tenang dan santai. Pada *tagline* peneliti menggunakan kalimat *Explore Of* Sedati dimana pembaca diajak untuk menjelajahi wilayah Sedati, hal ini dikarenakan potensi yang dimiliki Sedati belum terekspose sama sekali dan sesuai konsep Delight kata penjelajahan digunakan karena penjelajahan berarti melakukan sebuah petualangan dimana bagi yang melakukannya akan melalui beberapa rintangan dan merasakan kegembiraan tersendiri. Pada cover belakang terdapat synopsis yang menggambarkan tentang Sedati dan wisata apa saja yang akan dibahas.



#### 4.11.2 Desain Halaman isi buku



Gambar 4.29 Desain Halaman isi buku kiri dan kanan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada halaman isi buku terdapat foto lokasi wisata, penjelasan tentang wisata, informasi tentang wisata dan barcode untuk menghubungkan ke *google maps*, *layout* pada isi buku menggunakan konsep *delight* dengan menggunakan warna hijau oranye dan kuning. Warna hijau dapat memberikan kesan segar, kesuburan dan kealamian, sedangkan warna oranye dapat memberikan kesan menyenangkan, semangat, keinginan dan kehangatan, dan warna kuning dapat menggambarkan keceriaan, kegembiraan, persahabatan dan kehidupan. Ketiga warna tersebut dapat menggambarkan kegembiraan dan keceriaan wisata yang

dibahas di buku wisata Sedati dan sangat cocok untuk menggambarkan konsep *delight* yang dimana mempunyai arti menyenangkan. *Font* yang digunakan pada *layout* isi buku wisata Sedati menggunakan 3 jenis *font*, pada nama lokasi wisata peneliti menggunakan *font* bunya sedangkan pada penjelasan tentang wisata dan penjelasan tentang info wisata menggunakan *font* arctic dimana kedua *font* tersebut termasuk jenis *font sans serif* yang dimana dapat memberikan kesan nyaman, tenang dan santai, sedangkan pada kalimat informasi peneliti menggunakan *font* pacifico yang mempunyai karakter santai dan nyaman. *Layout* yang digunakan pada halaman penjelasan dan informasi adalah jenis *layout* mondrian dimana foto disusun *landscape* dengan menggabungkan ke dua halaman dan mensejajarkan foto dengan teks, jenis *layout* ini memberikan kesan luas pada foto sehingga dapat mempengaruhi pembacanya menjadi tenang dan menyenangkan.

Pada halaman kedua berisikan foto-foto suasana dilokasi wisata dan keterangan tentang foto wisata. Pada halaman ini peneliti tetap memberikan warna oranye pada *layout* agar menyatu dengan *layout* sebelumnya dan dapat memberikan kesan menyenangkan, *font* yang digunakan pada halaman ini adalah bunya dimana *font* tersebut termasuk jenis *font sans serif* sehingga dapat memberikan kesan tegas nyaman tenang dan santai. Jenis *layout* yang digunakan peneliti pada halaman kedua adalah *informal balance layout* dimana foto memenuhi isi halaman dan foto lebih dominan dibandingkan dengan teks.



## 4.12 Media Pendukung

### 4.12.1 X-banner

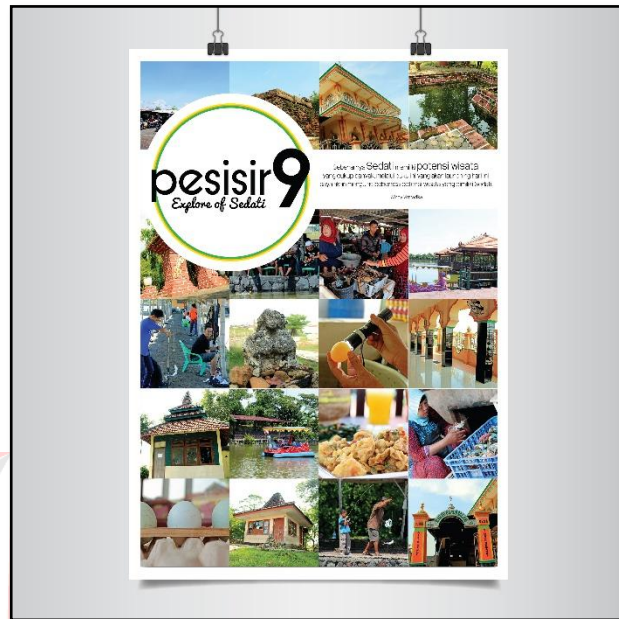


Gambar 4.30 Desain X banner

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada desain x-banner menggunakan foto-foto wisata yang dibahas dibuku wisata Sedati, warna oranye juga digunakan pada x-banner karena warna oranye dapat memberikan kesan menyenangkan, semangat dan kehangatan warna oranye juga bisa menggambarkan konsep *delight* yang berarti menyenangkan.

#### 4.12.2 Poster



Gambar 4.31 Desain Poster

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada desain poster menggunakan foto-foto wisata yang digunakan dibuku wisata Sedati, pada poster kali ini peneliti menggunakan warna oranye kuning dan hijau, dimana warna oranye dapat memberikan kesan menyenangkan, semangat dan kehangatan, warna hijau mdapat memberikan kesan segar kesuburan dan kealamian dan warna kuning dapat memberikan kesan kegembiraan, keceriaan dan persahabatan, ketiga warna tersebut juga bisa menggambarkan konsep *delight* yang berarti menyenangkan.

#### 4.12.3 Merchandise



Gambar 4.32 Desain *Notebook* dan Pin

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.33 Desain Stiker dan Gantungan Kunci

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.34 Desain Pembatas Buku

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada desain stiker, gantungan kunci, pembatas buku dan pin menggunakan desain yang sama, menggunakan foto lokasi wisata dan menggunakan 3 warna yang mewakili konsep *delight*. Sedangkan pada *notebook* menggunakan konsep yang sama dengan x-banner dan poster yaitu dengan menyusun foto-foto wisata Sedati dan memberikan warna oranye yang dapat mewakili konsep *delight*.



## **BAB V**

## **PENUTUP**

**stikom**  
SURABAYA

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari implementasi dan analisis karya yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Potensi wisata yang dimiliki kecamatan Sedati memerlukan perhatian lebih dari masyarakat khususnya yang berada di daerah Sidoarjo. Buku ini hanya sebagai media untuk mengenalkan sekaligus mempromosikan potensi wisata yang ada di Sedati. Selebihnya dibutuhkan peran masyarakat untuk tetap menjaga dan merawat sehingga dapat memajukan kecamatan Sedati.
2. Penerapan teknik untuk *Photography Landscape* ditampilkan sebagai isi utama dibantu beberapa teks yang mendukung serta mempunyai informasi yang berkaitan dengan wisata yang di *review*.

#### **5.2 Saran**

Pembuatan buku wisata Sedati ini akan berguna kedepannya sebagai rujukan bagi para traveler khususnya yang menyukai hal-hal baru dan berlibur bersama keluarga. Pembaca dapat mengerti tempat-tempat yang direkomendasikan untuk berkunjung dan berwisata di daerah Sedati. Selain itu buku ini berguna untuk dijadikan referensi bagi para *traveller* ataupun peneliti dalam melakukan penelitiannya dikemudian hari.



## **DAFTAR PUSTAKA**

stikom  
SURABAYA

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Agustriajanto, 2002. *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Anggraini S, Lia, dan Nathalia, Kirana, 2014. *Desain Komunikasi Visual :Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Danger, Erik P . (1992). *Selecting colour for packaging*. England: Gower Technical Press Ltd.
- Hakim, Drs Arfial Arsyad. In Nirmana Dwimatra, by Drs Arfial Arsyad Hakim, 37-119. 1984.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Moleong, Lexy J.1999.*Metodologi Penelitian Kualitatif*.Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan, Alexander. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Musrofi, Muhammad.2007.*5 Langkah Melahirkan Mahakarya: Melejitkan Potensi Diri dengan Cara Membiasakan Berkarya*.Jakarta: Penerbit Hikmah
- Nugroho, R. Amien.2006. *Kamus Fotografi*. Jakarta: Andi
- Nuryanti, W. 1993. *Desa Wisata. Concept, Perspective and Challenge*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lukis Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta: Perdana.
- \_\_\_\_\_. 1999. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Rustan, Surianto. 2011. *Font dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



- \_\_\_\_\_. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Sihombing, Danton. 2001. *TTipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa : Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.
- Susilana, Rudi & Riyana, Cepi. 2009. *MEDIA PEMBELAJARAN: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan dan Penilaian*. Bandung: CV. Wacana Prima
- Sutopo, H.B. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- TRIMO, Sujono. 1997. *Pedoman pelaksanaan perpustakaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Way, Wilsen. 2014 *Human interest photography*. Jakarta. Anggota IKAPI

### **Sumber Jurnal**

- Irawan, Koko. 2010. "Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara". Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. "Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang". Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

Nuryanti, Wiendu. 1993. "Concept, Perspective and Challenges", Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya.: Gadjah Mada University Press, Yogyakarta

Sinaga, Supriono. 2010. "Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah". Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

Kuswidya, Tria. 2016. "Perancangan Branding Kampoeng Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo Berbasis Education Tourism Sebagai Upaya Meningkatkan Potensi Desa Wisata". Kertas Karya. Program S1 Desain Komunikasi Visual. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

#### **Sumber Internet**

[https://id.wikipedia.org/wiki/Sedati,\\_Sidoarjo](https://id.wikipedia.org/wiki/Sedati,_Sidoarjo)

<http://www.wisatasidoarjo.com/>

[web.iaincirebon.ac.id](http://web.iaincirebon.ac.id)

<http://portalremaja.co.id>

<http://idseducation.com>

